مركز نماء للبحوث والدراسات
Namaa for Research and Studies Center

دراسات فكرية (٣)



صناعة الواقع
الإعلام وضبط المجتمع

أفكار حول السلطة والجمهور والوعي والواقع

محمد علي فرح

nama-center.com

المؤلف:

- **محمد علي فرح**

- كاتب وباحث مصري.

- خريج الجامعة الأمريكية المفتوحة بالقاهرة.

- مهتم بالدراسات الفكرية والثقافية وعلاقة الإعلام بالمجتمع والسلطة.

- قام بإعداد حلقات برنامج في الواقع الذي تم تقديمه على أكثر من قناة مصرية.

- **البريد الإلكتروني:**

alaa.3awad85@gmail.com

صناعة الواقع

الإعلام وضبط المجتمع

أفكار حول السلطة والجمهور والوعي والواقع

بسم الله الرحمن الرحيم

دراسات فكرية (٣)

صناعة الواقع
الإعلام وضبط المجتمع

أفكار حول السلطة والجمهور والوعي والواقع

محمد علي فرح

مركز نماء للبحوث والدراسات
Namaa for Research and Studies Center

صناعة الواقع
الإعلام وضبط المجتمع
أفكار حول السلطة والجمهور والوعي والواقع
محمد علي فرح

الطبعة الأولى، بيروت، ٢٠١٤

«الآراء التي يتضمنها هذا الكتاب لا تعبر بالضرورة
عن وجهة نظر مركز نماء»

مركز نماء للبحوث والدراسات
Nama for Research and Studies Center

بيروت - لبنان
هاتف: ٢٤٧٩٤٧ (٧١-٩٦١)

المملكة العربية السعودية - الرياض
هاتف: ٩٦٦٥٤٥٠٣٣٣٧٦
فاكس: ٩٦٦١١٤٧٠٩١٨٩
ص ب: ٢٣٠٨٢٥ الرياض ١١٣٢١
E-mail: info@nama-center.com

ح/ مركز نماء للبحوث والدراسات ١٤٣٥هـ
فهرسة مكتبة الملك فهد الوطنية أثناء النشر
فرح، محمد علي
صناعة الواقع: الإعلام وضبط المجتمع/ محمد علي فرح.
الرياض، ١٤٣٥هـ
٣٥٢ ص؛ ١٤,٥ × ٢١,٥سم
ردمك: ٩-٧-٩٠٥٢٥-٦٠٣-٩٧٨
١- الإعلام وضبط المجتمع ٢-الإعلام. ٣- وسائل الإعلام أ- العنوان
ديوي: ٣٠١,١٦ ١٤٣٥/٢٤٥١
رقم الإيداع: ١٤٣٥/٢٤٥١
ردمك: ٩-٧-٩٠٥٢٥-٦٠٣-٩٧٨

SHABANAT
مطابع الشبانات الدولية
هاتف: ٠٠٢١٤١١٠ - فاكس: ٤٥٣٨٥٣٣

المحتويات

الموضوع	الصفحة

الموضوع	الصفحة

الباب الثاني

الإهداء

إلى...

صديقة العمر أمي العزيزة التي طالما دفعتني لحب القراءة والتعلم وقامت ببذل الجهد بل قامت ببذل العمر من أجلي فلها الفضل بعد توفيق الله ﷻ في كل حرف كتبته، فالله أسأل أن يسكنها الفردوس الأعلى.

زوجتى الحبيبة التي تحملت تقصيري في حقها وقامت بكل ما في وسعها لتوفر لي البيئة المناسبة للمذاكرة والبحث وفلولا صبرها ما كان لهذا البحث أن يتم.

إلى أستاذي وأخي الأكبر حسام أبو البخاري.

شكر وتقدير

لم يكن لهذا البحث أن يخرج بهذه الصورة لولا مساعدة الصديقين العزيزين علاء عوض وعمرو مجدي الذين أفاداني بمجهودهما قبل نصائحهما.

وأتقدم بالشكر الى الرجل الذي لم يبخل علي بوقته ولا جهده والذي له الفضل في إدخالي عالم القراءة والمعرفة الدكتور كريم العريني.

وأشكر الصديق علي طالباب علي أعماله التي ألهمتني الكثير أثناء كتابة البحث.

وأخيراً، الشكر الجزيل لصاحب القلم المبدع دائماً الأستاذ طارق عثمان الذي دعمني وأبدى ملاحظات قيمة.

المقدمة

*** قال أفلاطون في «الجمهورية»[1]:**

«الآن: دعني أُريك إلى أي مدى قد تكون طبائعنا مستنيرة أو مظلمة:

إنَّ مجموعة من البشر يعيشون منذ نعومة أظفارهم في كهف تحت الأرض، مُكبَّلُون من أرجلهم، فلا يستطيعون القيام، وُضعت أغلال في رقابهم، فلا يستطيعون النظر خلفهم ولا الالتفات، ويُوجد خلفهم مِنصَّة عالية عليها نار خافتة هي مصدر الضوء الوحيد لهم في الكهف، ويُوجد من أمام المساجين حائط يعكس الظِّلال التي تمرُّ من أمام النار تُشبه الحاجز الذي يعرض عليه لاعبي الماريونت الدُّمى، وبينما المساجين على وضعهم هذا يقوم الحُرَّاس بالمرور أمام النار وهم يحملون تماثيل ونماذج خشبيَّة على هيئة الحيوانات وأشياء أخرى، فيرى المساجين ظِلال

---

(١) «الجمهورية»، أفلاطون، الكتاب السابع ص(٣٢٠ ـ ٣٢٣).

هذه الأشياء على الحائط، وبينما الحراس يحملون التماثيل بعضهم يتكلم وبعضهم يلتزم الصمت.

إنَّها حقّاً صورةٌ غريبة، ومساجين غرباء!

إنَّهم سُجناء مثلنا، هل تعتقد أنَّ أحداً منهم قد رأى أيَّ شيءٍ عن نفسه، أو عن الآخر ما عدا الظِّلال التي تُظهرها النار على الحائط أمامهم؟!

كيف يُمكنهم فعل ذلك، إذا لم يُسمح لهم خلال حياتهم كُلِّها أن يُحرِّكوا رؤوسهم؟!

وإذا كانوا قادرين على محادثة بعضهم البعض، ألن يفترضوا أنَّ الأشياء التي رأوها هي الأشياء الحقيقيَّة؟!

وافترض أنَّهم لو سمعوا صدى الصوت الموجود في الكهف من أحد المارَّة، ألن يكونوا متأكدين في توهُّمِهم أنَّ الصوت الذي سمعوه أتى من الظِّل الذي يرونه على الحائط؟

فبالنسبة لهم ستكون الحقيقة حرفيّاً لا شيء سوى الظِّلال والصُّور.

ماذا يُمكن أن يحدث إذا تمَّ تحريرُ أحد هؤلاء المساجين وشفائهم من وهمهم؟

في بداية الأمر عندما يتحرَّر أحدهم ويُجبر أن يقف ويدير رقبته حوله ويمشي باتجاه النور، فإنَّه سيُعاني آلاماً حادة، سيضايقه التوهُّج، وإذا أخبره أحدٌ أنَّ هذه الأشياء التي رآها من قبلُ هي وَهْمٌ، وأنَّ التماثيل التي يراها الآن هي الأقرب **للواقع**،

فهل سيؤمن بذلك؟ بالتأكيد لا، بل سيظلُّ مُصدِّقاً أنَّ الظِّلَّ الذي كان يراه طوال عمره هو الحقيقي، وأنَّ التماثيل ليست هي الواقع، بل هي مُصطنعة!

وبما أنَّ الضوء الشديد الذي لم يَعتدْ عليه سيجعل رؤيته للأشياء الحقيقيَّة صعبة؛ فإنَّه سيظلُّ يأنسُ النظر إلى الظِّلِّ؛ لأنَّه لايزال أوضحَ من الأشياء الحقيقيَّة.

وافترض أنَّه أُرغم على الخروج من الكهف، ألن يخطف ضوء الشمس الساطع بصره، ويجعله يتألَّم، ولن يتمكَّن أن يرى أيَّ شيء على الإطلاق ممَّا يُسمى الآن حقائق؟

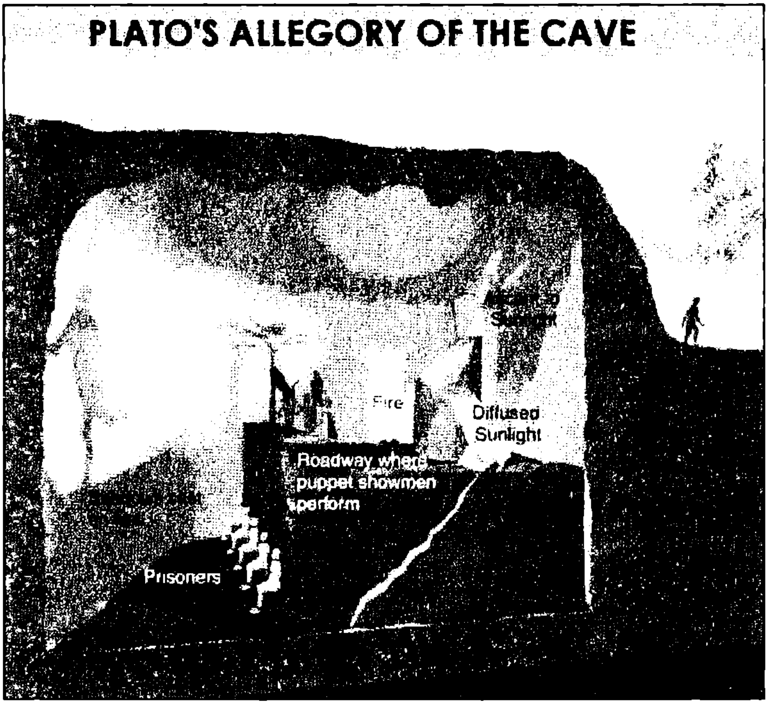
يبدو أنَّه سيحتاج أن يزداد تعوُّداً على المشهد الواقعي للعالم العلوي، وسيظلُّ يرى الظِّلالَ أفضل، وبعد ذلك يُمكنه رؤية انعكاسات الأشياء على سطح المياه، وعندما ينظر إلى السماء؛ فلسوف يجد أنَّ الأسهل له أن يُحدِّق في ضوء القمر والنجوم من أن يرى الشمس أو نور الشمس في وَضَحِ النهار.

وفي النهاية: سيستطيع أن يرى الشمس، ويدرك أنَّها المصدر للضوء في الكون والنار التي في الكهف، سيدرك الحقيقة والواقع، ويتأسَّف لحاله من قبلُ، وحالِ بقيَّة أفراد الكهف، الذين لازالوا يعيشونَ في وَهْمٍ لا عَلاقة له **بالواقع**.

في هذه اللحظة: سينزل إلى الكهف غيرَ أنَّ عينيه لم تَعُدْ تعتاد الظَّلام، فبينما يُحاول أن يرى ما في الكهف، يعتقد أصحابه أن صعوده إلى أعلى قد أثَّر على رؤيته، وبينما يُحاول أن يخبرهم

الحقيقة؛ سيسخرون منه، ولن يستطيع أن يجعلهم يدركون الحقيقة والواقع، ولو حاول لفشل في ذلك، حتى إنَّهم اعتقدوا أنَّ عقله قد فسد مثل بصره، وإذا حاول أن يحملهم على الخروج رُبَّما ثاروا عليه، بل وقد يقومون بقتله.

إن الكهف «بيت السجن» هو عالـم البصر».



ممَّا أراده «أفلاطون» من خلال هذه القصة: أن يُوضِّح طبيعة الفرق بين المستنيرين من البشر وغيرهم، وكيف أنَّ البشر أغلب أمرهم يتهَّمون الحكماء بالجنون، والمصلحين بالكذب، وكيف أنَّ

الغالبيَّة من المجتمعات دائماً ما ترفض الحقائق التي يكون فيها صلاحهم.

والذي يظهر من هذه القصة: أنَّه ليس كلُّ ما يعرفه الإنسان قد يكون الحقيقة، أو يُمكن القول: ليس كل ما هو واقع قد يُعَدُّ حقيقة، فالحقيقة تُشير إلى الشيء الثابت يقيناً، أو ما وُضع له في الأصل.

أمَّا الواقع فيعنى: «معرفة الإنسان بالحالة التي عليها الأشياء التي تُحيط به، وتقوم بتشكيل أفكاره ومعتقداته، وبالتالي: تقوم بتشكيل رأي عند الفرد أو المجتمع»، **ومن هنا**: فالإنسان يظلُّ أسيراً للوسيلة التي يتعرَّف بها على الأشياء، فلم يكن ظهور الأشياء التي تمرُّ على الحائط في الواقع أمام المساجين دليلاً كافياً على حقيقة هذه الأشياء.

رُبَّما هذا ما دفع فِيتِنجِشتَين(١) Wittgenstein إلى مثل هذه النتيجة، وهي: أنَّنا لا يُمكن أن نتعرف على العالـم الذي نعيش فيه إلَّا من خلال الكلمات التي نعرفها فقط، فالكلمات التي نملكها هى العالـم الذي نعرفه.

---

(١) **لودفيج فيتجنشتاين (١٨٨٩ ـ ١٩٥١)**: فيلسوف نمساوي بريطاني الجنسيَّة، يهودي الديّانة، في الحرب العالمية الأولى خدم فتجنشتين في الجيش النمساوي، وأثناء ذلك كتب كتابه: «رسالة منطقيَّة» أول عمل فلسفي له، ونشره عام (١٩٢١م)، وهو كتاب يدور حول المنطق، واللغة، والمعنى، وتأملات حول الموت. هذا الفيلسوف وزَّع معظم ثروته لأقاربه، ورفض وظيفة جامعيَّة، وعمل ناظرَ مدرسةٍ في ثلاث قرى نمساوية نائية، ثم عاد إلى فيينا، وعمل بستانيّاً لفترة في حديقة دير، ولـم يستثمر أمواله الهائلة في تغيير نمط حياته الذي يحب.

Article by: *J J O'Connor and E F Robertson* Ludwig Josef Johann Wittgenstein.

يبدو أنَّ ما تُوضحه هذه القصة في المرحلة الأولى ـ مرحلة الكهف ـ يُشبه إلى حدٍّ بعيدٍ حالَ البشر اليوم في عَلاقتهم بالواقع، فالناس في الحقيقة يخضعون لحواسِّهم المباشرة، فهم لا يملكون تكذيب ما تراه أعينهم، ولا ما تسمعه أذانهم من الكلمات، ولا يسعهم إلَّا وصف ذلك بالحقيقة، أو بالواقع الذي يدلُّ على الحقيقة.

أظنُّ أنَّ أحداً لو تأمَّل القصة جيِّداً سيدرك أنَّ الفرد في مجتمعاتنا يُشبه كثيراً أفراد الكهف، لا يقدر على رؤية أو سماع إلَّا ما تقوم المنظومة بعرضه، فلا تُوجد إمكانيَّةٌ للحصول على المعرفة إلَّا من خلالها، سواء من المؤسسات التعليميَّة، أو وسائل الإعلام المقروءة أو المسموعة أو المرئيَّة.

إن كان الأمر على هذه الصورة؛ فما تحاول هذه الدراسة إثباته: أنَّ المجتمع اليوم أشبه بهذه الصورة التي عليها الناس في الكهف، حيث تقوم **المنظومة** بوضع الأغلال المعرفيَّة في رقاب الناس من خلال المُؤسَّسات التعليميَّة، حيث لا يستطيعون أن يلتفتوا إلى المعرفة الحقيقيَّة، ثم تقوم باستخدام المُؤسَّسات الإعلاميَّة لعرض ظِلال الحقيقة، ولا يكون في وُسع الناس سوى تصديق ما تراه أعينهم عن الواقع ظنّاً منهم أنَّ ما يرونه هو الحقيقة.

تُشبه الظِّلالُ التي كانت تُعرض على أصحاب القصة إلى حدٍّ بعيد تلك المصطلحات التي يعرضها السياسيون ورجال الدولة

على أفراد المجتمع، كما كان يفعل الحراس بالتماثيل، فرُبَّما تكون **الديمقراطيَّة** ـ مثلاً ـ ظِلّاً له **تمثال**، فتكون الديمقراطيَّة في الظِّلِّ هي نهاية التاريخ، وأفضل نموذج قد يصل إليه البشر يوماً ما، وهي الخَلاص من الديكتاتوريَّة في الحكم، حيث يكون الحكم لأبناء الشعب، بينما الديمقراطيَّة التمثال هي صورة أخرى من الديكتاتوريَّة لحكم الأقليَّة يُقيدون من خلالها حُرِّيَّةَ الأكثريَّة من خلال فرض قوانين عبر المُؤسَّسات التي احتكرتها هذه القِلَّة باسم الديمقراطيَّة.

رُبَّما يكون هذا الطرح صحيحاً، ورُبَّما لا، ولكن للتَّأكُّد من ذلك: يجب أن يمرَّ المرءُ بكلِّ الأحوال بالمرحلة الثانية «فكِّ الأغلال»، ويُحاول أن يتلفت وينظر مِن حوله لعلَّ هناك بُعداً آخر للحقائق، فيكون عليه أن يتخلَّى عن كلِّ ما عرفه عن الواقع، وأن يبني تصوُّره الخاصَّ.

قال رامسفيلد ذلك الرجل (المجهول/ المعلوم) كلمات غاية في الأهمية: «إنَّنا كما نعرف أنَّه هناك أشياء نعرف أنَّنا نعرفها، وهناك أشياء نعرف أنَّنا نجهلها، فهناك أشياء نجهل أنَّنا نجهلها»[(١)].

---

(١) **دونالد رامسفيلد (١٩٢٣م):** عمل وزيراً للدفاع في عهد الرئيس فورد (١٩٥٧ ـ ١٩٧٧م)، وعاد للوزارة مرة أخرى في عهد بوش الابن (٢٠٠١ ـ ٢٠٠٦م)، كان من هواة التلاعب باللغة وباستخداماتها المتعددة، وقام بكتابات الأشعار التي تحمل الكثير من المعاني الفلسفية.

"The Rumsfeld Papers. DHR Holdings LLC. Retrieved June 21! 2011".

“There are known knowns; there are things we know that we know. There are known unknowns; that is to say, there are things that we now know we don’t know. But there are also unknown unknowns - there are things we do not know we don’t know”.

فبالفعل ليس كلُّ ما يعرفه الإنسان يعني أنَّه لا يُوجد الكثير ممَّا لا يعرفه، والخطورة في مثل هذا الطرح أنَّ ما لا يعرفه الإنسان لا يعرف أنَّه لا يعرفه!

فعلى سبيل المثال: إنَّ للحقائق أبعاداً أخرى غير التي يعرفها الإنسان، تظهر في العالـم والمجتمع، فإذا كان العقل ما يُميِّز الإنسان عن سائر الكائنات، فلماذا لا يبدو العالـم الذي يعيش فيه الإنسان عقلانيّاً؟

حيث تتمثَّل اللَّاعقلانيَّة تقريباً في كلِّ ما يُحيط بالإنسان، فالمجتمع اليوم أصبح يُسمِّي الحربَ سلاماً، مثل المجازر التي يقوم بارتكابها اليهود، والتي يطلق عليها اسم «مفاوضات السلام»!

مجتمعٌ جعل من هدم الطبيعة بناءً للحضارة، حيث لا تعني الحضارة سوى بناء سجون إسمنتية عملاقة تُسمى مُدناً!

مجتمع يُطلق على الاستعباد اسم الوظيفة، حيث يقوم البشر مجتمعين بالعمل عند قِلَّة تساوي حوالي: (١٧ ٪) من سكان الأرض الذين يمتلكون (٨٠ ٪) من ثروات العالـم، بينما يتبقى للـ (٨٣ ٪) الباقية ما تبقَّى من ثروات العالـم[١]، ورُبَّما هذا ما يُفسِّر

(١) Social & Economic Injustice by world centric organization 2003.

لـماذا يزداد الأثرياء ثراءً والفقراء فقراً، ليس ما سبق حصـراً لظاهرة اللّاعقلانيَّة إنَّما مجرد أمثلة يسيرة.

ويبدو أنَّ الإشكاليَّة هنا ليست في لاعقلانيَّة العالـم، بل المجتمع الذي اكتسب الطابع العقلاني للّاعقلانيَّة.

وهذا ما قد يدفع إلى سؤال آخر:

لـماذا لا يرى المجتمع أنَّ العالـم لاعقلاني؟ أو لـماذا يُضطر المجتمع إلى وصف اللّاعقلانيَّة بالعقلانيَّة؟

قد يكون السبب في ذلك: أنَّ الإنسان لا يعرف سوى هذه الصورة فقط للمجتمع، ولا يعرف أنَّه لا يعرف أنَّ هناك صورة أخرى قد تكون للمجتمع.

رُبَّما يكون استدعاء ديكارت[١] مناسباً لفهم هذه المرحلة والإجابة عن التساؤل، عندما قال: «**ولذلك قرَّرت بكل جديَّة أن أدمِّر كلَّ أفكاري السابق**»[٢] بالفعل يبدو من الضروري لمعرفة الحقيقة أن يتخلى الإنسان عن كلِّ المعاني التي عرف بها ما يُسمَّى بالحقيقة، والتي يصدق أنَّه تلقاها من خلال **المنظومة فقط**، إمَّا من مُؤسَّساتها التعليميَّة أو الإعلاميَّة.

أقصد **بالمنظومة** هنا مجموعة العناصر التي تُعرف باسم

---

(١) **رينيه ديكارت (١٥٩٦ ـ ١٦٥٠م)**: فيلسوف، ورياضي، وفيزيائي فرنسي، يلقب بـ «أبي الفلسفة الحديثة». Bertrand russel The History of philosophy P.557.

(٢) **هاشم صالح، مقال: «وجاء زمن التفكيك»**، جريدة الشرق الأوسط العدد: (١٢٧٢٩).

المُؤسَّسات، حيث يرتبط كلُّ عنصر بالآخر وتُشكل بمجموعها مع بعضها البعض كُلاً واحداً يُعرف باسم الدولة، تبدو هذه **المنظومة** هي التي تتحكَّم في أغلب ما يراه الإنسان وما يسمعه أو يعرفه، ولأجل ذلك كان من المفيد أن يتمَّ تفكيكها، أي: فصل العناصر الأساسيَّة المكونة لبنيتها، أي: هيكلها الأساس، بهدف اكتشاف العَلاقة بين هذه العناصر، بالطبع هذه الدراسة لا تدَّعي ذلك، إنَّما فقط قامت بإزالة بعض الغموض عن أحد أهمِّ العناصر المكونة لبنية **المنظومة**، والذي يُعرف باسم المُؤسَّسة الإعلاميَّة وإظهار العَلاقة الموجودة بينها وبين باقي العناصر المكونة لبنية المنظومة.

ومن الممكن القول بأنَّ التفكيك يكون مُهِمّاً للبناء كما أنَّ التدمير قد يكون ضروريّاً للتعمير، ليس لأنَّ التفكيك والتدمير فعلان أصليان للبناء والتعمير، ولكن لأنَّ المساحة المطلوب البناء عليها وتعميرها يُوجد فيها بنية غير صالحة من الأفكار والمعلومات، والتي يجب أن يتمَّ تفكيكها، وهذا يُشبه المراحل الأخيرة في القصة، فصاحب الكهف بعد أن خرج منه بدأ بالتخلِّي عن الأفكار التي طالما ظنَّ أنَّها الواقع، وبدأ يتعرَّف على حقائق الأشياء وأصلها، وما وراء المظاهر المختلفة، وبعد أن تمَّ له ذلك قام بالمرور بآخر هذه المراحل، وهي الرجوع لمن لم يتعرَّفوا على الحقائق، والذين لازالت الأغلال حول رقابهم، فيخبرهم بالواقع وبالحقيقة، ويرجو ألا يقتلوه! **ويبدو أنَّه كُلَّما حاول الإنسان تصحيح المفاهيم ستبقى النتيجة أن يُقتل أو يُكذَّب.**

وهذا ما حذَّر منه جورج أورييل أنَّه[1]: كُلَّما ازداد ابتعاد المجتمع عن الحقيقة؛ كُلَّما ازدادت كراهيته لمن يتحدثون بالحقيقة.

إنَّ تحرير الناس من الأغلال التي تُفرض عليهم حقّاً أمر عسير، لا سيما إن كانوا يؤمنون بضرورة وجودها، **كما قال «فولتيير»**[2]: «إنَّه من الصعب أن تُحرِّر السُّذَّج من أغلالهم التي يبجلونها»[3].

---

(١) **إريك آرثر بلير، الاسم الحقيقي لجورج أورويل، وهو الاسم المستعار له والذي اشتهر ـ ١٧هر به (١٩٠٣ ـ ١٩٥٠م)**: ، عمله كان يشتهر بالوضوح والذكاء، وخفة الدم، والتحذير من غياب، ومعارضة الحكم الشمولي.

"The George Orwell Archive! UCL library service".

(٢) **فرانسوا ماري أرويه، المعروف باسم: «فولتير Voltaire» (١٦٩٤ ـ ١٧٧٨م)**: كاتب فرنسي عاش في إنجلترا، وهو أيضاً كاتب، ذاع صِيته بسبب سخريته الفلسفيَّة الظريفة، ودفاعه عن خاصة.

(٣) LE DINER DU COMTE DE BOULAINVILLIERS "VOTAIRE" P.54.

الباب الأول

الفصل الأول

لوبون ونظرية التحكم بالجماهير

المجتمع والواقع

يقول غوستاف لوبون[1] في كتابه «اختلال التوازن العالمي»:

«إنَّ حياة المجتمع الحديث تنتسب إلى عالمين عالم واقعي، وعالم غير واقعي»:

فأمَّا العالم الأول: فهو عالم العلم وتطبيقاته، وهو عالم تشعُّ من هياكله وأركانه التي يتألَّف منها أنوار ساطعة تُبهر الأنظار، وتخطف الأبصار، وتلك هي أشعة الوفاق والوئام الحقيقة المحضة الناصعة.

أمَّا العالم الآخر: فهو هذا المسرح المظلم، الذي تتمثَّل

(١) **غوستاف لوبون (١٨٤١ ـ ١٩٣١م):** مُؤسِّس «علم نفس الجماهير»، وكان ذا روح موسوعيَّة من حيث البحث عن المعرفة، وقد كتب في العديد المجالات والفروع العلميَّة، فمن الطِّبِّ في البداية، إلى الفيزياء النظريَّة، إلى علم الأنتربولوجيا والآثار في الهند، وقد انتهى به أخيراً إلى ساحة علم النفس والاجتماع، أو بالأحرى علم النفس الاجتماعي، حيث أعطى خِيرة ما عنده، ونال شهرة كبيرة.

ـ **من مؤلفاته:** «حضارة العرب» (١٨٨٤م)، و«حضارات الهند» (١٨٨٧م)، و«القوانين النفسيَّة لتطور الشعوب» (١٨٩٤م)، و«الآراء والعقائد» (١٩١١م).

عليه الحياة السياسيَّة الاجتماعيَّة، والهياكل المتداعية التي يقوم عليها بناء هذا العالم محاطة بضروب الأوهام والأضاليل والأغراض، وهو عُرضة لأنْ يتهدم تهدماً لا صلاح له بعده إذا ما صار مسرحاً لبعض الوقائع الهائلة[١]!».

فإلى أيٍّ مدى يُمكن أن يكون كلام غوستاف لوبون صحيحاً؟

وإن كان ما قاله «لوبون» قبل ما يقرب من مائة عام صحيحاً، فمتى بدأ المجتمع ينفصل عن العالم الواقعي/عالم «الواقع والحقيقة»، «الحق والباطل»، إلى عالم اللَّاواقع الذي يُشبه المسرح المظلم؟

وما هي الأسباب التي أدَّت إلى هذا التحول الذي أصاب المجتمع؟

وما هي الوسائل التي استُخدمت في عمليَّة التحول هذه؟

وكيف كان شكل الواقع في هذا المجتمع الجديد؟

يبدو أنَّ كلمة «المجتمع» أصبحت تُستخدم كنقيض لكلمة «الدولة»! هذا بالطبع إذا ما اعتمدنا تعريف «ماكس فايبر» الذي يرى أنَّ الدولة: «**كيان سياسي يستطيع أن يتحكم في الاستخدام المشروع للعنف/ القوة في إطار جغرافي معين على مجموعة معينة من الأفراد**»[٢] ممَّا يعنى أنَّ الدولة أعلى من المجتمع، ومهما

---

(١) «**اختلال التوازن العالمي**»، غوستاف لوبون، ص(٤).

(٢) «**علم السياسة الأسس**»، ستيفن دى تانسي، ص(٦٦).

اختلف الزمان أو المكان كان النصيب الأوفر من السلطة والنفوذ ـ غالباً ـ ما يكون في جانب الدولة، بينما كانت المجتمعات لا تعرف سوى الطاعة بسبب الضعف الذي أصابها، وبسبب قهر الحُكَّام لهم، وإن ظهرت معارضة؛ فإنَّها لا تصل إلى الحدِّ الذي يشمل المجتمع، بل تكون المعارضة أشبه بتحرك لبعض أفراده، والذي يكون في أغلب أشكاله غير مُنظَّماً، ثم تقوم الآليات العسكريَّة بالتصرُّف مع المعارضة على أنَّها أحد أعداء الحكم، ويتم القضاء عليها، وعلى قياداتها، بينما تقوم القوات الدينيَّة للحاكم بالقضاء كذلك على الفكرة التي خرجت من خلالها المعارضة.

كانت سيطرة السلطة الدينيَّة خُصوصاً الكنيسة وشيوخ السلطان، هي التي تُسوِّغ للطبقة الحاكمة أن تُسيطر على أفراد المجتمع، إضافة إلى ذلك القوات القمعيَّة التي تسمح لها الدولة بحمل السلاح، والتي لا تعرف سوى سفك الدماء طاعة لأوامر الحكام، ولقد ساعدت هاتان السلطتان على أن يتم القضاء على أي نوع من التغيير المجتمعي، ممَّا أدَّى إلى أن يعيش المجتمع فيما يُشبه قطعان الغنم العمياء، لا يضل عنها إلَّا شارد، قطعان في أصلها مجموع، غير أن أفراده لا يشكلون أي وحدة تذكر.

فبالتالي كان الذي يتحكَّم في الواقع هو مَن يتحكم في السلطة.

ظلَّ الوضع على ما هو عليه حتى ظهر على المسرح

التاريخي، ما يُعرف بالجماهير المنظمة، تلك القوى التي استطاعت أن تقف وأن تصمد أمام القوى الدينيَّة والعسكريَّة، وقامت بدكِّ حصونها، ومحاكمة قضاتها، وجلد أمرائها وشنق حُكَّامها، والقصاص من رجالات دينها، أقصد بهذه القوة تلك الجموع البشريَّة التي شكَّلت الثورة الفرنسيَّة.

لماذا لوبون؟

إنَّ هذا الظهور للقوى الجديدة الذي باتت يُعرف بـ «الجماهير»، قد لفت انتباه «غوستاف لوبون»، بل في الحقيقة: إنَّه أقلق «لوبون» كثيراً، كيف استطاعت الجماهير أن تتصدر المشهد بهذه القوة الغير مسبوقة؟ وما آمن به «لوبون» أنَّه يجب تفسير تلك الظاهرة.

وهذا ما دفع «لوبون» إلى مناقشة قضية ذات أهمية كبيرة في كتابه «روح الثورة الفرنسيَّة» تلك القضية أن المؤرخين كانوا في شكوك تجاه هذه الأزمة الكبيرة المسماة بـ «الثورة الفرنسيَّة»، ومن ذلك ما نقله عن «مسيو درمون» مدير إحدى الجرائد الكبرى في باريس، حيث قال: «لم تزلِ الحوادث المدهشة التي زعزعت أركان العالم لغزاً من الألغاز، ولم تكتشف مباحث علم النفس سرَّ تلك الأزمة العجيبة التي ستبقى معدودة من حوادث التاريخ الخارقة»[1].

---

(١) «روح الثورات والثورة الفرنسيَّة»، غوستاف لوبون، ص(٦).

وبعد أن قام «لوبون» بدراسة الثورة الفرنسيَّة، قام بالحكم عليها أنَّها قامت بلا عقل يحكمها، فكيف يُمكننا أن ندرك أن الأذكياء المسالمين الذين أصبحوا يأمرون ببناء المدارس، وإرساء مبادئ العدل والمساواة من أبناء الطبقة الوسطى قد استصوبوا أفعالاً وحشيَّة كقتل «لافوازيه»(١)، والشاعر «شينيه»، وهدم قبور فخمة عظيمة(٢).

ولذلك؛ فإنْ كان «لوبون» قد اعترف بالثورة الفرنسيَّة، إلَّا أنَّه وصفها بـ«التاريخ المحزن»(٣)، فرُبَّما رأى البعض أنَّ الثورة الفرنسيَّة قد قامت بالقضاء على سيطرة الحكام باسم الإله والدين ، **ولكن يقول «لوبون»**: «نعم، إنَّ الجماهير لا تريد أن تسمع كلمتَي الآلهة والدين، ولكن لم تشهد فترة العقيدة الدينية في أوروبا كتلك التي تشهدها الفترة التي تلت الثورة الفرنسيَّة من إنشاء التماثيل وبناء الهياكل»(٤).

وينبه «لوبون» أنَّ كل العقائد التي أزالتها الثورة الفرنسيَّة من

---

(١) **أنطوان ـ لوران دُ لافوازيه (١٧٤٣ ـ ١٧٩٤م)**: أحدُ النُّبلاء ذو صِيت في تاريخ. أول من صاغ، وساعد في تشكيل نظام التسميَّة الكيميائي، وعادةً يُشار إلى لافوزيه بأنَّه أحد آباء، تمَّ اتِّهامُه بعد الثورة الفرنسيَّة، ورُغم أنَّه لم يثبت عليه شيء فقد أُعدم، وما زالت العبارة التي قِيلت له في قاعة المحكمة: «الجمهورية ليست بحاجة إلى علماء، بل بحاجة إلى عدالة»، وصمة في تاريخ القضاء الفرنسي واستخفافاً مشيناً.

Antoine-Laurent Lavoisier written by artthur L Donovan.

(٢) **المصدر السابق**، ص(٧) بتصرف.

(٣) **المصدر السابق**، ص(٩).

(٤) **«سيكولوجيا الجماهير»**، غوستاف لوبون، ص(٩٣، ٩٤).

النفوس لا يعني أنَّه لن تكون هناك عقائد دينيَّة بعدها، **بل يقول**: «إنَّ العقائد الجديدة التي نشهد ولادتها سوف تكتسب قريباً نفس قوة العقائد القديمة؛ أي: القوة الطغيانيَّة التي لا تقبل أي مناقشة أو اعتراض، وهكذا نجد أنَّ الحقوق الإلهية للجماهير قد أخذت تحلُّ محل القانون الإلهي للملوك»[1].

ولعلَّ السبب وراء مخالفة «لوبون» لرؤى المؤرخين والفلاسفة المعاصرين له ما رآه «لوبون» من أنَّهم كانوا يتعاملون مع الثورة الفرنسيَّة إمَّا من خلال العقائد العمياء، أو إنَّ هذا الحادث العظيم يتعذَّر إيضاحه بالمعارف الحاضرة[2]

وبالتأكيد هذه الرؤية التي تبنَّاها «لوبون» قد أحدثت جدالات في الوسط الفلسفي، ما بين مؤيِّد ومعارض لهذه الرؤية التي تُعتبر مخالفة إلى حدٍّ بعيد لما يُعتبر مقدَّساً في الأوساط الفرنسيَّة.

على كل الأحوال لم يمنع مثل هذا الجدال «غوستاف لوبون» من دراسة هذه الظاهرة التي أطلق عليها اسم «ظاهرة الجماهير» بنظرة تختلف عمَّا سبقه من دراسات كانت تتناول ظاهرة الجماهير من زوايا مختلفة عن تلك التي تناولها بها «لوبون».

عندما ظهرت الجماهير كفاعل مُؤثر على المسرح السياسي حاول العلماء دراستها وانتهوا إلى ثلاثة تصورات:

الأولى: إنَّ الجماهير مؤلفة من أشخاص هامشيين وشاذين

---

(١) **المصدر السابق**، ص(٤٥، ٤٦).

(٢) **«روح الثورات والثورة الفرنسيَّة»**، غوستاف لوبون، ص(٧).

عن المجتمع، وبحسب هذه النظرة تتطابق الجماهير مع الرعاع والأوباش.

الثانية: الجماهير مجنونة بطبيعتها، فالجماهير التي تصفق بحماسة شديدة لفريق كرة أو مُغَنٍ، أو الجماهير التي تصطف بالساعات لرؤية شخصية مشهورة، أو تلك التي تقتل وتمزق إنساناً دون أن تدري هل هو مذنب أم لا؟ مجنونة، فإذا أحبت الجماهير ديناً ما، أو رجلاً تبعته حتى الموت، كما يفعل المسلمون وراء شيوخهم، واليهود مع أحبارهم، والجماهير تحرق اليوم ما كانت تعبده بالأمس.

وهذه النزعة الجنونيَّة في الجماهير هي التي تُغذي ذلك الجانب السري والمظلم من الطبيعة البشريَّة.

الثالثة: الجماهير باعتبارها مجرمة:

فإنَّها تهجم وتقتل وتسلب كل شيء، إنَّها تُجسد العنف الهائج دون أي سبب أو مبرر واضح، وهي تعصي السلطات القائمة، وتخرج على القانون، وفي نهاية القرن التاسع عشر تزايد عدد الجماهير في أوروبا، وراحت أعمالها المباغتة تخيف السلطات، وعندئذٍ راح المفكرون الفرنسيون والإيطاليون يتحدثون عن ظاهرة الجماهير المجرمة(١).

يمكن القول: إنَّ «لوبون» قد تناول ظاهرة الجماهير مُبتعداً عن كل الاعتبارات التي سبقته في الحكم على الجماهير من خلال مُؤلَّفه الذي أطلق عليه «سيكولوجيا الجماهير».

---

(١) **«سيكولوجيا الجماهير»**، غوستاف لوبون، المقدمة ص(٢٨، ٢٩، ٣٠).

لماذا سيكولوجيا الجماهير؟

لعلَّ السبب وراء اختيار كتاب «سيكولوجيا الجماهير»، يكمُن في الأهمية التي يتضمَّنها هذا المُؤَلَّف في الطريقة التي تناول بها «لوبون» شكل الجماهير ، **كما أشار إلى ذلك «أوتو كلينبرج»[(١)] إن: «في علم سيكولوجيا الأشكال، الكلُّ أكثر من العناصر التي تُشكله، وبالتالي؛ فإنَّ الجمهور أكثر من كميَّة الأفراد التي تشكله»[(٢)]، وهذا ما قام به «لوبون»، فلقد ناقش نفسيَّة الجمهور ككيان واحد أكبر من أفراده، وهذا ما لم يقم به أحد من قبل «لوبون».**

ومن وجهة نظر أخرى: فإنَّ الأوساط السياسيَّة كانت تبحث عن حل للغز الجماهير، بل والارتداد على الثورة الفرنسيَّة،

---

(١) **أوتو كلينبيرج**: أستاذ مشارك في كليَّة الآداب والعلوم الإنسانيَّة، بجامعة باريس، وأستاذ شرف في جامعة كولومبيا.

(٢) **المصدر السابق، «توطئة أوتو كلينبرج»**، ص(٣٦).

حسب ما قاله د. هاشم صالح(١): «ويكفي أن نقرأ «تين»(٢)، أو حتى «إيميل زولا»(٣)، على الرُّغم من اختلاف هؤلاء فيما بينهم من حيث التوجه المحافظ أو التقدمي، لكي نتيقَّن من وجود ذلك الخوف من الطبقات الشعبيَّة، ومن أجل مواجهة هذا الخطر كان على المفكرين إيجاد تفسير للأحداث، أي: إيجاد مفتاح يفتح أبواب العصر الحديث ويحل لغزه»(٤).

فكان «سيكولوجيا الجماهير».

---

(١) **هاشم صالح**: كاتب وباحث ومترجم سوري الجنسيَّة ويعيش في باريس، حاصلٌ على الدكتوراة في النقد الأدبي الحديث من جامعة السوربون.

(٢) **إيبوليت أدولف تين (١٨٢٨ ـ ١٨٩٣م)**: فيلسوف ومؤرخ وناقد أدبي وفني فرنسي، وُلد في فوزييه.

(٣) **إميل فرانسوا زولا (١٨٤٠ ـ ١٩٠٢م)**: كاتب فرنسي مُؤثِّر، يُمثِّل أهم نموذج للمدرسة الأدبيَّة التي تتبع، وكان مُساهماً مُهمّاً في تطوير المسرحيَّة الطبيعيَّة، وشخصيَّة مُهمَّة في المجالات السياسيَّة، وبخاصَّة في تحرير فرنسا، كمساهم في تبرئة من اتُّهم زورا وأدين.

(٤) **المصدر السابق، المقدمة** ، ص(١٦، ١٧).

الجمهور عند لوبون

هنا بالطبع لن نقف على كل تحليلات لوبون التي تخص الجمهور، ولكن سنكتفي بعرض أهم رؤى لوبون للجمهور.

لقد حلَّل لوبون نفسيَّة الجماهير من خلال عدة محاور، من أهمها:

أ ـ شكل الجمهور.

ب ـ خصائص الجمهور.

ج ـ تحريض الجمهور «التحكم في الجمهور».

أ ـ شكل الجمهور الذي يقصده لوبون:

قد يتبادر أنَّ معنى الجمهور هو المعنى الذهني المعهود لدى القارئ من تجمع لعدد من الأشخاص في مكان ما، إلَّا أنَّ هذا المعنى ليس ما يقصده «لوبون».

فإنَّ الجماهير في نظر «لوبون» هي: «تكتُّلٌ من البشر يمتلك خصائص جديدة ومختلفة جدّاً عن خصائص كلِّ فرد يشكله، وفيه

تنطمس الشخصيَّة الواعية للفرد، وتصبح أفكار الوحدات المصغرة المشكلة للجمهور موجهةً في نفس الاتجاه، وتصبح كينونة واحدة خاضعة لـ(قانون الوحدة العقلية للجماهير)»[١].

وقانون الوحدة العقليَّة هذا هو الذي يجعل «ألف فرد متجمعين على سبيل الصدفة لا يُشكِّلون الجمهور النفسي المنظم؛ لأنَّ ذوبان الشخصيَّة الواعية للأفراد، وتوجيه المشاعر والأفكار في اتجاه واحد يُشكل الخصيصة الأولى للجمهور الذي هو طور التشكل»[٢].

يتَّضِح ممَّا سبق: أنَّ لوبون لا يشترط التواجد المكاني للأفراد، بل يكتفي بوجود هذا القانون للوحدة العقليَّة للجمهور الذي لا يشترط التجمع لأفراده؛ فإنَّ اتصال الجماهير أو انفصالها ليس شرطا لتكوين الجمهور النفسي، ولكن المهم الاجتماع على فكرة، وذلك كلُّه يرجع إلى تأثير الانفعالات العنيفة عليهم، بل من المتصور بناء على (قانون الوحدة العقليَّة)، **كما يقول:** «إنَّ شعباً بأكمله يُمكنه أن يصبح جمهوراً بتأثير هذا العامل أو ذاك، بدون أن يكون هناك تجمع مرئي»[٣].

فيتَّضِح ممَّا سبق: أنَّ الفرد داخل الجمهور يختلف عن الفرد وحده، وأنَّ الجمهور بمجموع أفراده يكتسب صفاتاً تختلف عن أفراده لو كانوا متفرقين.

---

(١) **المصدر السابق**، ص(٥٣).
(٢) **المصدر السابق**، ص(٥٣، ٥٤) بتصرف.
(٣) **المصدر السابق**، ص(٥٤).

ومن أهم هذه الصفات: أنَّ الجمهور يذوب الفرد فيه، حيث يتحول الفرد من العقلانية إلى اللَّاعقلانيَّة، ومن الوعي إلى اللَّاوعي.

ب ـ خصائص الجمهور كما يراها لوبون:

أوَّلاً: سرعة انفعال الجماهير وخفتها ونزقها:

يرى لوبون في هذه الخاصيَّة ـ سرعة انفعال الجماهير وخفتها ـ أنَّ لِلَّاوعي دوراً هاماً في تصرفات الأفراد المندمجة في الجمهور.

فكيف أنَّ الشخص إن كان مُنفرداً لقام بعمل ألف حساب لـما سيقدم على فعله في وسط الجمهور بسبب اللَّاوعي الذي يُؤثر عليه بفعل المحرض، وبسبب شعوره/هم الغير متناهي بالقوة التي يكتسبها باندماجه في الجمهور. الجمهور لا يعبأُ بأيٍّ عقبة تقف أمام رغبته، خصوصاً أنَّ عدده الكبير يُشعره بامتلاك قوة لا تُقاوَم، فمفهوم المستحيل لا معنى له بالنسبة للفرد المندمج في الجمهور.

فيقول لوبون: «وبالتالي: فهو عبد لكلِّ المحرضات التي يتلقَّاها، والفرد المعزول يُمكنه أن يخضع لنفس التحريضات المثيرة، ولكن عقله يتدخل ويُبيِّن له مساوئ الانصياع لها، فلا تنصاع... إذن؛ لا شيء متعمد ولا مدروس لدى الجماهير، فهي تستطيع أن تعيش كل الأنواع، وتنتقل من النقيض إلى النقيض بسرعة البرق، وذلك تحت تأثير المُحرِّض السائد في تلك اللحظة

التي تعيشها، الجماهير تشبه الأوراق التي يلعب بها الإعصار ويُبعثرها في كل اتجاه قبل أن تتساقط على الأرض»[١].

وهذا يرجع في نظر لوبون: إلى أنَّ الجماهير غير ميَّالة للتأمل، وغير مؤهَّلة للمحاكمة العقليَّة، ولكنَّها مؤهَّلة للانخراط في العمل.

غير أنَّ الانفعالات التحريضيَّة التي تخضع لها الجماهير قد تكون كريمة أو مجرمة، بطوليَّة أو جبانة، ولكن مهما اختلفت سوف تظلُّ قويَّة ومهيمنة على نفوس الجماهير إلى درجة أنَّ غريزة حب البقاء نفسها تزول أمامها، وهذا ما يعنيه لوبون بالمحرض[٢].

وبما أنَّ المحرضات تتميَّز بالتنوع والتعدد؛ لذلك نجد الجمهور يتحوَّل سريعاً من حالة دمويَّة إلى أخرى بطوليَّة، فيتحوَّل من الضحيَّة إلى الجلاد في سرعة عجيبة.

ثانياً: سرعة تأثر الجماهير وسذاجتها وتصديقها أي شيء:

يقول لوبون: «أيّاً تكن حيادية الجمهور، فإنَّه يجد نفسه في غالب الأحيان في حالة ترقُّب تُهيِّئه إلى تلقي أي اقتراح، وأول اقتراح يظهر يفرض نفسه مباشرة عن طريق العدوى والانتشار لدى كلِّ الأذهان، ثم يُحدد الاتجاه الذي ينبغي اتباعه حالاً، ومِن ثَمَّ في سرعة عجيبة تتحول الفكرة الثابتة إلى فعل، سواءٌ كان حرقَ

---

(١) **المصدر السابق**، ص(٦٤، ٦٥).

(٢) **المصدر السابق**، ص(٦٤).

قصرٍ أو القيام بعمل خيري عظيم، المهم أنَّ الأمر يرجع إلى طبيعة المحرض، وليس على العَلاقة التي بين العمل وبين الأفراد»[1].

فإذا تجمَّع الناس في الجمهور فلا فرق حينئذٍ بين العالم والجاهل، فكلاهما يُصبح عاجزاً عن الملاحظة والنظر؛ لأنَّه يبقى منقاداً لا للعقل، بل لمن يُحرِّضه، **يقول لوبون**: «والقيمة العقليَّة للأفراد الذين يُشكِّلون الجمهور لا تنقض هذا المبدأ، فهى غير ذات أهمية»[2].

إنَّ هذه القوة التي يتمتَّع بها المُحرِّض على الجمهور يُشَبِّهُها لوبون بالفرد المنعزل الذي يكون في حالة انجذاب شديد للمنوم المغناطيسي الذي يجعل الفرد عبداً لكلِّ فعالياته اللَّاواعية، ويُصبح مُنَوِّمُهُ قادراً على توجيهه الوجهة التي يشاءُ، وهكذا تصبح الشخصيَّة الواعية مُغمًّى عليها، وتصبح إرادة التميز والفهم ملغاة، كذلك الفرد المنضوي في الجمهور الهائج ولو من وقت يسير، سريعاً ما يسقط في حالة خاصة تكون فعلاً بعض ملكاته مدمرة، في حين أنَّ بعضها يُستثار ويُستنفر إلى الحد الأقصى، هذه الحالة تُشبه كثيراً حالة الانجذاب التي يشعر بها المنوم مغناطيسيّاً[3].

الجماهير ـ في هذه الحالة تكون ـ عاجزة عن تكوين رأي

(١) **المصدر السابق**، ص(٦٦).

(٢) **المصدر السابق**، ص(٦٨).

(٣) **المصدر السابق**، ص(٧٠) بتصرف.

شخصي ما عدا الآراء التي لُقِّنت إيَّاها أو أُوحيت إليها من قِبل آخرين.

أضف إلى ذلك: إنَّ الجماهير غير ميَّالة للتأمُّل، وغير مُؤهَّلة للمحاكمة العقليَّة، ولكنها مُؤهَّلة للانخراط في العمل.

ثالثاً: تعصب الجماهير واستبداديتها ونزعتها المحافظة:

إنَّ الجماهير لا تعرف سوى العواطف البسيطة والمتطرفة، لذلك؛ فإنَّ الآراء والعقائد المحرضة إمَّا أن يقبلها الجمهور دفعة واحدة، أو يتركها دفعة واحدة، ولذلك نفسر سبب تعصب العقائد الدينية[1].

الجماهير بهذا المبدأ تعترف بالقوة، وتكره الطيبة؛ لأنَّها تعتبرها ضعفاً، لذلك الجماهير الغاضبة لا تخفض رأسها إلَّا للحكومة القويَّة، ولذلك: «فإنَّ الاستبداد والتعصب يشكلان بالنسبة للجمهور عواطف واضحة، وهي تحتملها بنفس السهولة التي تمارسها، فهي تحترم القوة، ولا تميل إلى احترام الطيبة التي تعتبرها شكلاً من أشكال الضعف، وما كانت عواطفها متجهة أبداً نحو الزعماء الرحيمين وطيبي القلب، إنَّما نحو المستبدين الذين يسيطرون عليها بقوة وبأس»[2].

---

(١) المصدر السابق، ص(٧٦).

(٢) المصدر السابق، ص(٧٧).

ج ـ تحريض الجمهور «التحكم في الجمهور»:

١ ـ مُحرِّكو الجماهير:

ما أن يجتمع عدد من أيِّ كائنات حية، حتى يضعوا أنفسهم بشكل غريزي تحت سلطة زعيم ما، أي: مُحرِّكٍ للجماهير، وقائدٍ لها؛ لأنَّ ـ في وجهة نظر لوبون ـ الجمهور كالقطيع لا يستطيع أن يستغني عن سيد، وهذا السيد تمثل إرادتُه النواةَ التي تُحلِّق حولها الآراء وتنصهر فيها(١).

لوبون يرى أنَّ الجماهير لا تقدر على أن تقود نفسها؛ لذلك فهي تنقاد إلى من يقودها، «وينبه أنَّه من الممكن أن تحلَّ محلَّ القائد تلك المطبوعات الدوريَّة ـ يشير إلى الصحف ـ التي تُصنع لقُرَّائِها الآراء، وتؤمن لهم جُملاً وعبارات جاهزة تعفيهم من عناء التفكير»(٢).

٢ ـ وسائل الإقناع التي يمتلكها المُحرضون:

وسائل الإقناع التي يستخدمها المحركون أو القادة: «التأكيد ـ التكرار ـ العدوى».

يقول لوبون: «وعندما نريد أن ندخل الأفكار والعقائد ببطء إلى روح الجماهير ـ كأن ندخل النظريات الاجتماعية الحديثة ـ؛ فإنَّنا نجد أنَّ أساليب القادة تختلف، فهم يلجئون بشكل أساسي

---

(١) المصدر السابق، ص(١٢٧).

(٢) المصدر السابق، ص(١٢٩).

إلى الأساليب الثلاثة التالية: أسلوب التأكيد، وأسلوب التَّكرار، وأسلوب العدوى، لا ريب أن تأثيرها بطيء لكنه دائم»[1].

قال نابليون: «لا يُوجد إلَّا شكل واحد جادٌّ من أشكال البلاغة هو: التَّكرار»[2].

عندما يحدث التَّكرار بهذا الشكل، فإنَّه يُشكل عندئذٍ ما ندعوه بتيار الرأي العام، ثم تتدخل آلية العدوى لتقوم بعملها[3].

---

(١) المصدر السابق، ص(١٣٢).

(٢) المصدر السابق، ص(١٣٣).

(٣) المصدر السابق، ص(١٣٣).

لوبون والسياسة

إذا كان لوبون ـ كما زعم كثير من الفلاسفة والمؤرخين ـ يُعَدُّ من أكبر مفكري عصره، وأحد أهم العلماء الذين ناقشوا ظاهرة الجمهور، كما أخبر بذلك «سيرج موسوكوفتشي»[1]: «وبين عشيَّةٍ وضُحاها أصبح «لوبون» الأستاذ الفكري لمرحلة كاملة، وقد حافظ على هذه المكانة حتى نهاية حياته المديدة. . . الجميع مُتَّفقون على أن كتاب «سيكولوجيا الجماهير» ومجمل أعمال «لوبون» تُشكِّل نجاحاً منقطعَ النظير في المكتبات، وأنَّها إحدى أكبر النجاحات العلميَّة في كل العصور، وهذا الكتاب هو «المانيفست» الذي دشَّن ما يُدعى اليوم بعلم النفس الاجتماعي أو الجماعي»[2].

---

(١) **سيرج موسكوفيتشي (١٩٢٥م)**: عالم نفس فرنسي، مدير مختبر الدراسات الاجتماعيَّة النفسيَّة في مدرسة الدراسات الاجتماعيَّة العُليا في جامعة باريس. اختصاصي في مجال علم النفس الاجتماعي.

(٢) **المصدر السابق**، ص(٢٠).

فإذا كان الأمر كذلك، فلماذا لا يتم ذكر «لوبون» على الإطلاق أو التعريف بكتاباته؟

يقول «هاشم صالح» عن سبب هذا الإهمال لاسم «لوبون»: «هو أنَّ كل الأحزاب السياسيَّة من يمينيَّة ويساريَّة تستخدم وصفاته في دعاياتها، وإعلاناتها، وطريقة مخاطبتها للجمهور، ولكنَّها لا تُريد أن تعترف بذلك؛ لكيلا تفشل في خطتها في التأثير.

فكل الوسائل المُستخدمة من قِبل الأجهزة الحزبيَّة والقادة والسياسيين الذين يظهرون على شاشة التلفزيون ترتكز على إستراتيجيَّة واحدة هي: الإيمان بلا عقلانيَّة الجماهير ضمنيّاً، ثم التظاهر في نفس الوقت بأنَّها عقلانيَّة ومنطقيَّة! لهذا يُقال بأنَّ كلَّ زعيم سياسي يظهر على الشاشة يضع مُسبقاً قناعاً على وجهه؛ لكي يقول ما يدغدغ عواطف الجماهير لا ما يعتقده عميقاً بالفعل»[1].

يقول عالم الاجتماع الألماني الكبير «شومبيتر»[2]: «إنَّ أهميَّة اللَّاعقلانيَّة في السياسة والتركيز عليها يُعزى دائماً لغوستاف لوبون، فهو مؤسس علم نفسيَّة الجماهير، أو على الأقل مُنَظِّرُهُ الأول... **فقد كشف لنا هذا المفكر أشياء مشؤومة أو مُخيفة، ولكنَّ أحداً لا يُريد مواجهتها وجهاً لوجه، وقد وجَّه في ذات**

---

(١) **المصدر السابق**، ص(٢٣).

(٢) **جوزيف ألويس شومبيتر (١٨٨٣ ـ ١٩٥٠م)**: عالِم في، من أصل. اشتُهر بترويجه لنظريَّة في الاقتصاد:

"The Concise Encyclopedia of Economics".

الوقت ضربة موجعة لذلك التصور عن الطبيعة البشريَّة الذي ترتكز عليه النظريَّة الكلاسيكيَّة للديمقراطيَّة والأسطورة الديمقراطيَّة للثورات»(١).

يرى لوبون أنَّ الحضارات قد تمَّ بناؤها من قِبل «أرستقراطيَّة مُثقَّفة قليلة العدد»، ولـم تُبنَ أبداً من الجماهير؛ لأنَّه يرى أنَّ هيمنة الجماهير لا تُمثِّل إلَّا الفوضى.

وفي كلمة شديدة الخطورة من لوبون الذي يوصف بإنصافه، يُوضِّح أنَّ الجماهير لابُدَّ أن توقف عند حدِّها، **فيقول**: «لنستسلم إذن لحكم الجماهير، ذلك لأنَّ الأيدي الجاهلة قد حطمت كل الحواجز التي بإمكانها أن توقفها عند حدها»(٢).

وهذا ما جعل لوبون يذهب إلى أنَّ سبب هزيمة الحكومة الفرنسيَّة يرجع لعدم معرفة الحكومة كيفيَّة مواجهة الجماهير التي هجمت على المسرح التاريخي، بل ويرى أنَّ ضعف الأنظمة البرلمانيَّة الديمقراطيَّة عائد إلى الجهل بقوانين علم النفس وطرائق تسيير الجمهور(٣).

إذن؛ فإنَّ العمليَّة الديمقراطيَّة على حسب رؤية «لوبون» لا تتمُّ على خير وجه إلَّا من خلال تحريض الجماهير، أو قُل: «التحكم بالجماهير»!

---

(١) **المصدر السابق**، ص(٢٤).

(٢) **المصدر السابق**، ص(٤٧).

(٣) **المصدر السابق، المقدمة** ص(١٩).

عند هذه النقطة تحديداً ينبغي مناقشة، مدى ارتباط كتابات لوبون بالساحة السياسيَّة ومفهوم إقامة الدولة؟

بعد أن أخرج لوبون هذه الأفكار في صورة متكاملة علميّاً بدأ يزوره مجموعات من السياسيين ورجال الدولة، ومنهم رجال الحكومة الفرنسيَّة وكذلك الرئيس الأمريكي[1] «ثيودور روزفلت»[2]، وهذا إن دلَّ على شيء فإنَّه يدلُّ على حقيقة الترابط الموجود بين النُّظُم الديمقراطيَّة والتحكُّم بالجماهير، وإلَّا فلماذا الاهتمام بـ «لوبون» من أصحاب الاتجاه الديمقراطي في أرقى مراحله، إلَّا من بعد أن كتب في كيفيَّة التحكُّم بالجماهير، فمن المعلوم أن «لوبون» قبل أن يكتب هذا الكتاب كان قد قام بكتابة مجموعة من الكتب مهمة أيضاً.

ولم يقتصر الأمر على «ثيودور روزفلت» فقط، بل إنَّ علم الاجتماع الألماني قد وجه اهتمامه إلى كتاب لوبون، واعتبره نموذجاً وقدوة، حتى مجيء هتلر وبداية فن تعبئة الجماهير بشكل لم يُسبق له مثيل في التاريخ البشري، وكأنَّ كتاب لوبون يتم تطبيقه كاملاً على أرض الواقع[3].

والمتأمل لكتاب «كفاحي» لهتلر يرى إلى أي مدى يبدو متأثراً بشكل كبير بكتابات «لوبون».

---

(١) **ثيودور روزفلت (١٨٥٨ ـ ١٩١٩م)**: الرئيس الأمريكي السادس والعشرون خلفاً للرئيس السابق الذي تمَّ اغتياله، تولَّى الرئاسة بالفترة من: (١٩٠١م)، إلى: (١٩٠٩م).

(٢) **المصدر السابق**، ص(١٩).

(٣) **المصدر السابق**، ص(٢٠).

إلَّا أنَّ هذا لا يدين «لوبون» كما أدانه الكثير من فلاسفة فرنسا أنَّه الذي أسس للفاشيَّة والنازيَّة؛ لأنَّ ما قام به «لوبون» لم يتعدَ دراسة نفسيَّة للجماهير لأجل توجيهها سلميّاً بطريقة ديمقراطيَّة، إلَّا أنَّ هذه التبرئة لا تقوم بإعفاء ما قام به «لوبون» أن يكون سلاحاً ذا حدين.

فما كتبه «لوبون» لوضع الطريقة المُثلى لمواجهة الجمهور تحوَّل بعد ذلك إلى وسيلة للتحكم في الجماهير وصناعة واقعهم.

الفصل الثاني

سيكولوجيا الجماهير من النظرية إلى التطبيق

تُثبت كثير من الأدلة ـ كما تمَّ الإشارة إلى بعضها ـ أنَّه في زمن «غوستاف لوبون» وما بعده كان هناك اهتماماً غير مسبوق من السياسيين والإعلاميين والقادة بظاهرة الجمهور، ليس من تلك الزاوية التي يُمكن من خلالها إشباع رغبات الجماهير النفسيَّة، ولكن من زاوية أخرى شديدة الظلمة، وهي تلك الزاوية إلى تُمَكِّن الحُكَّام من الهروب من شبح سيطرة الجماهير الذي ظلَّ يُلاحق الحكومات مع كل قانون أو تغيير، **الجماهير التي** لم تترك مجالاً ما لكُلِّ مَن حاول أن يتحايل على الجماهير أن يستمتع بلذة السلطة، **الجماهير التي** اضطرت الحكومات ورجالاتها أن يكونوا خداماً للرأي العام، أو أن يكونوا جلَّادين للجمهور، لا يهنئون بسلام بسبب كثرة وشدة تلك الثورات الجماهيريَّة، التي بدت وكأنَّها قد تمرَّنت جيِّداً على تحمُّل العنف والتصرف تحت ضغوطاته والرد عليه.

وعلى كلٍّ؛ فإنَّ المرحلة التي سنقوم بالوقوف عليها في هذا الفصل كيف أن أبرز السياسيين والإعلاميين في السنوات التي تلت كتاب «سيكولوجيا الجماهير» اهتموا بكتابات «غوستاف لوبون» حتى يبدأ عصر جديد، وهو عصر «قمع الجماهير»، أو «تهدئة الجماهير والسيطرة عليها»، ومناقشة أهم نموذجين لهذا العصر، فمن ناحية وقع الاختيار على «أدولف هتلر» كنموذج

سياسي و«إدوارد بيرنيز» مع «والتر ليبمان» كنموذج إعلامي، يبدو كل منهما قد اختلفت طريقته إلَّا أنَّ كلاهما قد آمن بضرورة السيطرة على الجماهير للإبقاء على تماسك نظام الحكم.

هتلر وتنظيم المجتمع النازي

يُعرف هتلر على أنَّه صاحب النموذج السياسي الذي يعتبر أكثر النماذج تطرفاً وشموليَّة في الحكم، والذي بات يعرف باسم الـ «نازية»، استطاع هتلر أن يتحرك بهذه الرؤية مُنطلقاً من نهاية الحرب العالمية (١٩١٨ م) إلى وصوله سدة الحكم عام (١٩٣١ م)، حيث قام بتشكيل ما يُعرف باسم (الرايخ الثالث)، أي: الإمبراطوريَّة، **وهنا لا بُدَّ من طرح تساؤل**: كيف أمكن للشعب الألماني أن ينتخب فكراً سياسيّاً على هذا القدر من التطرف وبالطرق الشرعيَّة والديموقراطيَّة؟

هذا الأمر في حقيقة الأمر قد صعق فلاسفة مدرسة فرانكفورت ـ سيأتي الحديث عنهم بنوع من التفصيل ـ، وجعلهم يتساءلون: كيف أنَّ الجماهير ثارت باسم الفاشيَّة والنازيَّة في أكثر دول أوروبا تحضراً ورقيّاً ـ يقصدون ألمانيا ـ؟ وكان سؤالهم الأساسي: لماذا لم يستطع عصر التنوير أن يمنع ذلك، كيف أن البربرية تعود للانبثاق من جديد بعد انتصار العلم والتكنولوجيا؟

بدأ الأمر من اهتمام علم الاجتماع الألماني بكتاب «لوبون»، واعتباره نموذجاً وقُدوة حتى مجيء هتلر إلى السلطة وتعبئة الجماهير ـ كما تمَّ الإشارة إلى ذلك في الفصل السابق ـ، رُبَّما يذكر التاريخ أنَّ القادة قد استطاعوا أن يقوموا بتعبئة جيوش أعدادها عظيمة، ولكن لم يذكر التاريخ قطُّ أنَّه تمَّ تنظيم شعباً كاملاً برجاله ونسائِه، بل وأطفاله، وبكلِّ مؤسساته التعليميَّة والصحيَّة فيما يُشبه جيشاً ضخماً شديدَ التنظيم.



هتلر ولوبون وتنظيم المجتمع النازي

يبدو أنَّ هتلر قد قرأ «سيكولوجيا الجماهير» لـ «لوبون»، واستنتج أنَّه يجب عدم محاجة الجماهير، إنَّما جذبها والقيام بالتأثير على أفكارها عبر استخدام الصور الذهنيَّة، كما تميَّز «هتلر» بخُطبِه الشغوفة الملتهبة، وبرفضه النقاش، وبتَكرار المواضيع نفسها من دون مللٍ؛ كي تدخل جيِّداً في الرؤوس.

وكان من الواضح جِدّاً تأثير كتابات «لوبون» على «هتلر» من خلال كتاب «كفاحي»، ويظهر ذلك في فصل يحمل اسم: «الدعاوة في الحرب»، **يقول «هتلر»**: «كانت الدعاية على جانب عظيم من الأهميَّة، فهي أداة لتنوير الأذهان من جهة، ولخداع مَن يُراد خداعهم من جهة ثانية»[1]، وهذا ما قاله «لوبون» عن الانفعالات التحريضيَّة، والتي من صورها بلا ريب الدعاية، **في نصٍّ له يقول**: «إنَّ الانفعالات التحريضيَّة التي تخضع لها

(١) **«كفاحي»**، أدولف هتلر، ص(٩٧).

الجماهير قد تكون كريمة أو مجرمة، بطوليَّة أو جبانة، ولكن مهما اختلفت سوف تظلُّ قويَّة ومهيمنةً على نفوس الجماهير إلى درجة أنَّ غريزة حب البقاء نفسها تزول أمامها»[١].

ويستمر «هتلر» في توضيح أنَّ الأحزاب الاشتراكيَّة والماركسيَّة كانت تتقن هذا الفنَّ الذي لم يتعلَّمه أحدٌ سواهم، ويُؤكِّد أنَّ الدعاية كانت قد لعبت دوراً بارزاً في الحرب، ويقول: «أكاد أتفجر غيظاً لأغفالنا خطر هذا الفنِّ الفعَّال، والأدهى من ذلك أنَّ قادتنا لم يفكروا باللجوء إلى هذا السلاح، مع أنَّهم لمسوا مدى تأثيره في معنويات الشعب والجيش»[٢].

يظهر هنا من خلال النصِّ السابق: أنَّ الدعاية لا تتوقف عند حد التحريض فقط، بل من الممكن أن تُستخدم كسلاح بما تحمله كلمة سلاح من معنى، وهذا ما قام به «هتلر».

رأى «هتلر» أنَّ ألمانيا لم تكن لها دعاية مُنظمة، فقد كان مُولِعا بالتنظيم في كل شيء، كان يرى أنَّ الدعاية التي تستخدمها الحكومة ممسوخة وغير مدروسة، بل تُعطي نتائج عكسيَّة؛ لأنَّ الذين أوكل إليهم تنظيمها لم يُحملوا أنفسهم عناء تحديد الغرض منها، ومعرفة ما إذا كانت وسيلة أم غاية!

يظنُّ «هتلر» ـ كما كان يظنُّ دائماً ـ أنَّ غاياته من أنبل الغايات وأشرفها؛ لأنَّه ـ كما يزعم ـ كان يدافع عن حرية شعبه،

---

(١) **«سيكولوجيا الجماهير»**، غوستاف لوبون، ص(٦٤).

(٢) **المصدر السابق**، ص(٩٧).

واستقلاله، وتوفير الطعام له، وضمان مستقبل بلاده؛ لذلك أراد أن تركز الدعاية على هذا الهدف لتذكية روح النضال في الشعب لبلوغ النصر، ثم يقول كلمات توضح لنا كيف كان هتلر مصاباً بجنون السيطرة والوصول إلى تحقيق النصر بأي وسيلة: «عندما نكافح من أجل كياننا، لا يبقى هناك مجالاً للاعتبارات الإنسانيَّة؛ لأنَّ هذه الاعتبارات هي من صنع مخيلة الإنسان، فمتى زال هو زالت معه اعتبارات الإنسانيَّة؛ لأن الطبيعة لا تعترف بها»[1].

هو يرى أنَّ التحكم في المجتمع بطريقة أو بأخرى وإن كانت غير إنسانيَّة، فهي لا زالت غاية من أنبل الغايات، وعندما تقرأ نصَّ كلام «هتلر» مُحاولاً أن تستخرج منطقاً ما لفكره تزداد دهشة من فكر الرجل وهو يستشهد على صحة **ما يقول بكلام «فون مولتكه»**[2]: «إنَّ أساليب القتال العنيفة هي أكثر الأساليب إنسانيَّة؛ لأنَّها تعجل في وضع حدٍّ للحرب، والنضال من أجل الكيان ينفي كل اعتبار جمالي؛ لأنَّه ليس هناك أقبح من ظلم الاستعباد»[3]، ويدلُّ على أنَّ «هتلر» كان يرى أنَّ هذه الرؤية تكون للدعاية، كما هي للحرب قوله: «نعم لقد كان مولتكه مُحِقّاً، وقوله هذا ينطبق على القتال و**على الدعاية**، فالشعب حمل سلاحه ليدافع عن

(١) **المصدر السابق**، ص(٩٨).

(٢) كان لمدة ثلاثين عاماً، ويُعتبر ـ على نطاق واسع ـ أحد أعظم الاستراتيجيين في النصف الثاني من القرن التاسع عشر، ومبتدع طريقة جديدة أكثر حداثة في قيادة الجيوش في الميدان.

(٣) **المصدر السابق** ، ص(٩٨).

كيانه، والدعاية التي تهدف إلى إذكاء حماسته الوطنية هي غاية يجب الوصول إليها مهما كانت الوسائل، فكل سلاح مهما يكن مُنافياً لمبادئ الإنسانيَّة، يصبح وسيلة إنسانيَّة مادام الغرض من استعماله الدفاع عن حريتها»[١].

وهذا الطرح الذي يُبرِّر كل شيء لأجل الغاية لا يتعارض مع فكر «لوبون»؛ إذ «لوبون» نفسه يُعبِّر عن رغبته في اكتمال أعمال «ميكيافيلِّي» الذي كان يُؤمن بفكرة: «أنَّ كل ما هو مفيد؛ فهو ضروري»، الذي بات يُعرف بعبارة: «الغاية تبرر الوسيلة»، **يقول «لوبون» في كتاب «علم النفس السياسي»**: «إنَّ معظم القواعد والقوانين الخاصة بحكم البشر وقيادتهم، والتي استخلصها ماكيافيلي لم تعد صالحة منذ زمن طويل، وعلى الرُّغم من مرور أربعة قرون على هذا الرجل العظيم؛ فإنَّ أحداً لم يحاول إكمال عمله»[٢].

ما يُوضح كذلك تأثر «هتلر» بكتابات «لوبون»، قوله: «هل توجه الدعاية إلى المتعلمين أم إلى العوام؟ يجب توجيه الإعلان إلى عامة الشعب، فالمتعلمون يُوجه إليهم التفسير العلمي للدعايات؛ لأن الدعاية لا تحوي من العلم أكثر ممَّا يحتويه الإعلان من عناصر فنيَّة، ففن الإعلان يقوم على براعة الرسام في لفت النظر إلى إعلانه المرسوم، إنَّ الدعايات تهدف إلى لفت نظر

---

(١) **المصدر السابق**، ص(٩٨).

(٢) **«علم النفس السياسي»**، غوستاف لوبون، ص(٥).

الجمهور إلى وقائع وأحداث، لا على تنوير الشعب على أساس علمي؛ لذلك وجب التوجُّه إلى قلوب الشعب لا عقله»[1].

ويبدو هذا الكلام لو أنَّه نص كلام «لوبون» الذي يقول: «وضعف بعض الخطابات التي مارس تأثيراً ضخماً على السامعين تدهشنا أحياناً عندما نقرؤها، ولكنَّنا لا ننسى أنَّها قد كُتبت من أجل تعبئة الجماهير، وليس من أجل أن تُقرأ من قِبل الفلاسفة، والخطيب المتواصل بشكل حميمي مع الجمهور يعرف كيف يُثير الصور التي تجذبها وتحركها»[2].

وفي نص آخر: «التأكيد المجرد والعاري من كل محاجة عقلانيَّة أو برهانيَّة سيُشكِّل الوسيلة الموثوقة لإدخال فكرة ما في روح الجماهير، وكُلَّما كان التأكيد قاطعاً وخالياً من كل برهان؛ كُلَّما فرض نفسه بهيبةٍ أكبر، فكُلُّ الكتب الدينيَّة فعلت هذا، ورجال الدولة المدعوون للدفاع عن قضيَّة سياسيَّة يعرفون قيمة التوكيد، وكذلك رجال الصناعة الذين ينشرون سلعهم عن طريق الإعلان»[3].

ويبدو أنَّه بعد اطلاع «هتلر» على كتاب «لوبون» وغيره من أساليب ووسائل نفسيَّة للتحكم في الجماهير أصبحت الدعاية السلاح الأهمُّ في يد الحزب؛ فاستُخدمت الصحافة والاجتماعات والأفلام الدعائيَّة، وتمَّ تشكيل الـSA، وهي القوات الضاربة

---

(١) **«كفاحي»**، أدولف هتلر، ص(٩٨، ٩٩).

(٢) **«سيكولوجيا الجماهير»** ، غوستاف لوبون، ص(٨٦).

(٣) **المصدر السابق**، ص(١٣٢، ١٣٣).

المنظمة ذات الزي المُوحَّد، لتشكيل أدوات الدعايَّة الأساسيَّة.

وربما وجد «هتلر» في كتابات «لوبون» مفتاح القيادة للجماهير بكُلِّ أنواعها، **حيث يقول «لوبون»**: «إنَّ الجماهير بحاجة إلى مَن يقودها ويحميها؛ لأنَّها عبارة عن قطيع لا يستطيع الاستغناء عن راعٍ يقوده»[1]، ومعنى هذا أنَّ الجماهير لا تُفكر عقلانيّاً، وهي مُعرَّضة للتأثير العميق، ومَن يعرف إيهامهم يصبح سيِّداً عليهم، فالجمهور «غالباً ما يكون من دون ذاكرة»، فلا تحاسب الحكام وتتغاضى عن الوعود التي لا تتحقق.

هتلر لم يكن يحكم «ألمانيا» بصفته رئيساً، بل كان ينظر إلى نفسِه على أنَّه «إلٰه»، إنَّها ثنائيَّة الجماهير والإلٰه التي ناقشها «لوبون»، «الإله» الذي تعبده الجماهير والذي إن لم يُوجد استبدلته مخيِّلة الجماهير برمز ما أو أسطورة، فكان «هتلر».

كما كان «هتلر» ينظر إلى نفسِه على أنَّه البطل الذي سيحرر شعب ألمانيا ويحكم العالم وهذا ما أشار إليه «لوبون» أنَّه لا تُوجد جماهير من دون قائد، ولا يُوجد قائد من دون جماهير، ويَخلص لوبون إلى أنَّ جميع المصائب التي حلَّت بالبشريَّة، إنَّما جاءت من مفهومين أساسيين هما: البطل والجمهور، كما اعتقد بأنَّ الفاشيَّة والنازيَّة والشيوعيَّة هي تنظيمات فوضويَّة تُخاطب الطبيعة السُّفلى من الوعي، في محاولة لإعادة الاعتبار للذات، وعدم تحويلها إلى «صفر» داخل كائن هائل هو الجمهور.

---

(١) **المصدر السابق**، ص(١٢٩) بتصرف.

غوبلز وزيراً للدعاية[1]

لــم يكـن وحده هتلـر هـو الـذي تـميَّز في الـحكـم الـنازي باستخدامه الدعاية لإخضاع الجماهير، فقد عيَّن هتلر أحد أدهى العقول «د. جوزف غوبلز» ليكون وزيراً للدعاية السياسيَّة، والذي كان دارساً بصورة كبيرة لنفسيَّة الجماهير.

وبالفعل استطاع غوبلز أن يروِّج الفكر النازي وبقوة، حتى إنَّ البعض اعتبره مؤسس مدرسة إعلاميَّة مُستقلة بذاتها، وهي المدرسة التي لجأ إليها كثير من الخُبراء والسياسيين بعد ذلك في تنظيم المجتمعات التي يكون الحكم فيها عسكريّاً!

قد كان وزير الدعاية النازي «غوبلز» يعد، وحتى الدقائق الأخيرة من حياته، من الأساطير في مجال الحرب النفسيَّة، حيث كان من أبرز مَن وظَّفوا واستثمروا وسائل الإعلام في الحرب، «غوبلز» أكَّد بمنهجه حقيقة أنَّ الذي يملك وسائل الإعلام، هو

---

(١) أغلب ما في هذا المبحث من كتاب: "Goebbels-WritingsAndEssays". بتصرف.

الذي يملك القوة والإرادة في الحروب الباردة والساخنة معاً!

كان أمام غوبلز مهمتان أساسيتان وهما:

١ ـ أن يتأكَّد أنَّه ليس من الممكن لأحد من الشعب الألماني أن يقرأ أو يرى أي شيء يُعادي أو يضر الحزب النازي.

٢ ـ أن يتأكد ويضمن أنَّ كل رُؤى الحزب النازي قد وُضعت بأكثر الطرق إقناعاً.

أهم المبادئ التي استند عليها غوبلز:

هذه المبادئ وإن لم تكن كلها مبنية على كتابات «لوبون» وذلك بسبب ما طوره فكر غوبلز نفسه، وما فرضته عليه كذلك طبيعة المجتمع النازي، إلَّا أنَّ جزءاً كبيراً من هذه المبادئ ينطلق من القواعد السيكولوجية التي وضعها «لوبون».

١ ـ **التحكم في كلِّ مصادر الأخبار**، كوسيلة لوضع القيود على ما يتلقَّاه القارئ أو المستمع، فكان يقوم بتصنيف الأخبار التي تمر به؛ ليحدد كيف سيتم عرضها على الجمهور، وما سيُلازمها من تحريضات، ويُراقب ما سيتبعها من تغيرات.

٢ ـ **اتخاذ التَّكرار كأهم أسلوب من أساليب الدعاية**، وكان غوبلز يرى أنَّ هذا الأسلوب هو نفس الأسلوب الذي استخدمته الكنيسة للتحكم في جماهيرها بدون وعي منهم.

وأسلوب «التَّكرار» كان أحد أهم الأساليب التي نبه لها «لوبون».

فقد أوضح «لوبون» أنَّ هذا الأسلوب يُعَدُّ من أهم وسائل العمل التي يستخدمها المحركون أو القادة بالإضافة إلى أسلوب «التأكيد»، وآلية العدوى، وهذا لم يكن إلَّا للأثر البالغ لهذه الثلاثة مجتمعة، وقد أشار «لوبون» إلى أنَّ «نابليون» قال: «لا يُوجد إلَّا شكل واحد جاد من أشكال البلاغة هو: التَّكرار»، وقد كان «نابليون» بالنسبة لـ «لوبون» هو أحد القادة الذين استطاعوا التحكم بالجماهير بصورة لم يكن لها مثيل إلَّا من الأنبياء.

ولعلَّ القوة التي يكتسبها «التَّكرار» هي ارتباط هذا الأسلوب بهذا الجزء الموجود في الإنسان الذي لا يقدر على التحكم به إلَّا عدد نادر جدّاً من البشر وهو «اللَّاوعي»، فإنَّ التَّكرار للشيء كما يقول «لوبون»: «ينتهي به في تلك الزاوية العميقة للَّاوعي، حيث تصنع دوافع أعمالنا، فمع مرور الوقت ننسى من هو مؤلف القول المكرَّر، وينتهي بنا الأمر إلى حدِّ الإيمان به، وعلى ضوء ذلك نفهم القوة الهائلة للإعلان، مثالاً على ذلك: عندما تُكرِّر صحيفة أنَّ (أ) وغدٌ حقيرٌ، وأنَّ (ب) رجل شريف، أو إعلان لشوكولاتة (س) أفضل أنواع الشوكولاتة، ينتهي بنا الأمر إلى التصديق بذلك أو ذاك»[1].

وفيما يتعلَّق بالجمهور تكمن خطورة مخاطبة «اللَّاوعي» في تشكيل عقل جمعي لدى الجمهور ينتهي إلى تكوين ما يُعرف باسم الرأي العام، فيقول «لوبون»: «عندما يحدث التَّكرار بهذا الشكل،

---

(١) **«سيكولوجيا الجماهير»**، غوستاف لوبون، ص(١٣٣).

فإنَّه يُشكِّل عندئذٍ ما ندعوه بتيار الرأي العام، ثم تتدخل آلية أخرى في نفس قوة التكرار وهي العدوى لتقوم بعملها»[1].

٣ ـ إحياء عقيدة أساسية:

فالعقيدة أيّاً ما تكن، تبقى بنفس القوة فيما يتعلَّق بالتأثير على نفسيَّة الجماهير، بل إن «غوبلز» يرى أنَّ العقيدة هي المنطلق الأساس لأي حزب ولا يُمكن لدعاية الحزب أن تؤثر في الجماهير بدون إيمانها بعقيدة ما.

فكانت العقيدة التي أنشئها «هتلر» و«غوبلز» مكونة للمفاهيم الأساسيَّة للفكر النازي، مُشكِّلة من الصليب المعكوف شعاراً لهذه العقيدة، وكُلَّمات مثل القوة والعظمة والهيبة والتحكم والقدرة تُعَدُّ صفات لأصحاب هذه العقيدة.

كذلك كان «لوبون» ينظر إلى الجمهور، إنَّه لا يُمكن أن يستمر من غير عقيدة، وكان يقصد العقيدة الدينيَّة، فهو لا يفرق بين العقيدة السياسيَّة والعقيدة الدينيَّة، والحزبية والفلسفية، فكُلُّها ـ كما يقول ـ تكتسب قوة الدينيَّة إلى الحدِّ الذي يجعل الجماهير تتصرف من خلال؛ أي: من هذه العقائد، فيقول عن العاطفة التي تكتسبها الجماهير: «ولهذه العاطفة خصائص بسيطة جدّاً:

١ ـ عبادة إنسان يُعتبر خارقاً للعادة والخوف من القوة التي تُعزى إليه، والخضوع الأعمى لأوامره، واستحالة أي مناقشة لعقائده.

---

(١) المصدر السابق، ص(١٣٣).

٢ ـ الرغبة في نشر هذه العقائد، والميل لاعتبار كُلٍّ من يرفضون تبنِّيها بمثابة أعداء.

وسواء أُسقطت عاطفة كهذه على الإله الذي لا يُرى، أو على صنم معبود، أو على بطل، أو فكرة سياسيَّة؛ فإنَّها تبقى دائماً ذات جوهر ديني»[١].

ويقول: «فالإنسان ليس متديناً فقط عن طريق عبادة آلهة معينة، وإنَّما أيضاً عندما يضع كل طاقاته الروحيَّة، وكل خضوع إرادته، وكل احتدام تعصبه في خدمة قضية ما، أو شخص ما كان قد أصبح هدفَ كُلِّ العواطف والأفكار وقائدها»[٢].

هذا ما جعل «لوبون» يذهب إلى أن: «العقائد السياسيَّة والسماويَّة والاجتماعيَّة لا ترسخ لدى الجماهير إلَّا بشرط أن تكتسي دائماً الحُلَّة الدينيَّة، فلو أمكن فرض الإلحاد على الجماهير؛ لاتَّخذ كل الضراوة التي تكون للعاطفة الدينيَّة، ولتحوَّل إلى طقس شعائري»[٣].

وما أراده «غوبلز» من إحياء هذه العقيدة الجديدة الأساسيَّة: هو السيطرة على كل مؤسسات المجتمع النازي من خلالها، وفي ذلك يقول «لوبون»: «وما أن تنزرع عقيدة جديدة في روح الجماهير، حتى تصبح ملهمة لمؤسساته، وفنونه، وسلوكه،

---

(١) **المصدر السابق**، ص(٩١).
(٢) **المصدر السابق**، ص(٩٢).
(٣) **المصدر السابق**، ص(٩٤).

وتكون هيمنتها على النفوس مطلقة عندئذٍ، ويحلم رجال الممارسة، والانخراط بإنجازها على أرض الواقع، ويحلم المُشرعون بتطبيقها، ويهتم الفلاسفة والفنانون والأدباء بترجمتها بأشكال شتى»[1].

---

(١) المصدر السابق، ص(١٤٨).

هتلر في صورة الأب[1]

ستتعجب كثيراً عندما تقوم بالبحث عن صور هتلر والأطفال، عندما ترى هذا الزعيم صاحب الملامح القاسية الباردة وهو يضحك بابتسامة رقيقة جدّاً غير مُتكلفة في وجوه الأطفال الذين رفعوا أيديهم يحيون قائدهم، تتعجب من الشعور بالتناقض الذي سيصيبك إذا ما حاولت أن تجمع بين هاتين الشخصيتين، وتتعجب أكثر من كيفية سيطرة هذا الزعيم على الأطفال بهذه الصورة.

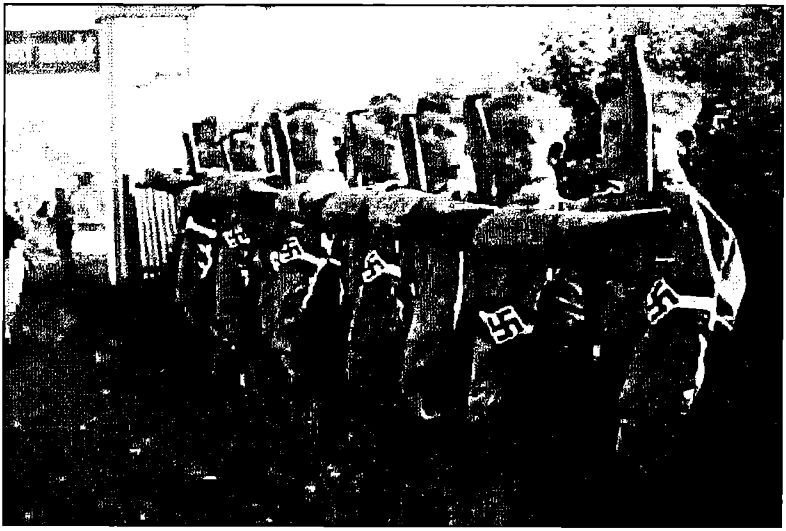
والسبب في ذلك: أنَّ هتلر كان ينظر إلى الأطفال على أنَّهم مستقبل بلاده وهم بالفعل كذلك، وأيضاً كان على يقين أن تعليم الأطفال مبادئ النازيَّة سيكون أسهل بكثير من البالغين الذين لازالوا يذكرون عهد الديمقراطيَّة الذي عاشوا فيه، ولكن هؤلاء

---

(١) كل ما في هذا المبحث بتصرف من:
The Hitler Youth: Origins and Development, Hannsjoachim wolfganag.
The nazi master plan transcriped and annotated by professor Richard bonney.

الأطفال بالتأكيد لن يكونوا كآبائهم، بل سيكونون قد تربَّوْا على يد هتلر؛ ليكونوا جُنوداً نازيين لا يعرفون سوى هتلر القوة.

قام «هتلر» بإنشاء ما يُعرف بالمنظمة الهتلريَّة لتربية النشئ، وكانت مهمة هذه المنظمة هو تجهيز الشباب من الناحية السلوكيَّة والفكريَّة للإيمان المطلق بهتلر فقط، ولا شيء سوى هتلر وقدرته على أن يجعل ألـمانيا مسيطرة على العالـم.



كيف استطاع هتلر أن يتحكم بالأطفال؟

١ ـ استخدم هتلر صورة الأب الذهنيَّة:

في الموروث الثقافي الألـماني يكون الأب هو سيد البيت، والبقية لا يملكون سوى الطاعة من غير سؤال، وهكذا كان هتلر بالنسبة للمجتمع الألـماني، هو الوحيد المسئول، وهو الوحيد الذي له السمع والطاعة، فقد نقل مفهوم الأب من البيت إلى إدارة الدولة، وكان دائماً يستخدم في خطابه مع الأطفال مفاهيم الأبوة، فكان يقول: إنَّه يهتم بأمرهم وبمستقبلهم، وإنَّه يحبهم ويرعاهم.

٢ ـ التحذير من المعارضة:

لـم يكن مسموحاً للأطفال السماع إلى المعارضة، بل لـم يكن مسموحاً للأطفال خاصة في المدارس أن يسمعوا عن أي شيء سوى رؤية هتلر الأب، وكان أي طفل يُبدي اعتراضاً كان يشتبه في أمره ويُؤدب في مدرسته، بل ويُطلب من أهله تأديبه بالمنزل.

٣ ـ حرص هتلر على وجود برنامج مُنظَّم لاحتلال عقل الأطفال:

أنشأ ما يُعرف باسم «شباب هتلر»، وكان أشبه بمعسكر لتدريب الأطفال على الطاعة التي تُشبه الطاعة العسكريَّة، من خلال هذا المعسكر يضمن هتلر إعداد جنود صغار لا يعرفون سوى اتباع قائدهم، هتلر كان يعلم أن الوحدة في سن الطفولة من المُمكن أن تُعطي فرصة للأطفال أن يتعلموا، ومن ثَمَّ يبدؤون في طرح الأسئلة؛ لذلك حرص هتلر على ملئ فراغهم ليبقيهم في صورة منظمة متحكم فيها بطريقة ممنهجة، حتى لا تكون هناك فرصة لهم للوحدة.

٤ ـ عمل هتلر على إبقاء الأطفال جهلة قدر المستطاع:

أيقن هتلر أنَّه كُلَّما كان الإنسان جاهلاً كُلَّما كان غير قادراً على مسائلة السلطة، فقام هتلر بحجب معلومات الحكم والسياسة عن الأطفال تماماً، كأنَّه لم يكن مُمكناً أن يوجد حاكم أو نظام حكم غير الموجود بالفعل.

وكذلك لم يكن من المسموح للأطفال أن يفكروا بأنفسهم، بل كان يُعتبر التفكير خطِر، وكان يتمُّ منع الطفل الذي يقوم بذلك النوع من التفكير، وأذكر أن ديزني قامت بإنتاج فيلم كدعاية مضادة للنظام النازي يتحدث عن المجتمع النازي وكيفية تشكيل طريقة تفكير الأطفال وفي أحد المشاهد:

«أنَّ أحد الأطفال أصحاب التفكير المُستقل كان يشاهد قصة

يقصها المدرس بالمدرسة، وفيها أن ذئباً أكل أرنباً، فسأل المدرس التلاميذ مَن المخطئ في القصة؟ فأجاب التلاميذ بالإجابة النموذجيَّة التي تلقَّوْها بأنَّ الأرنب هو المُخطئ؛ لأنَّه ضعيف، في حين أنَّ الطفل صاحب التفكير المُستقل أجاب بأنَّ الذئب هو المُخطئ؛ لأنَّه تعدَّى على مَن لا يملك قدرة الدفاع عن نفسِه، هنا تلوَّن وجه المدرس وأهان الطفل لطريقة تفكيره التي لا تتماشى مع قوة ألمانيا العُظمى، وعُوقب هذا الطفل حتى بدأ في ترديد أنَّ البقاء للأقوى وأنَّ الأرنب هو المخطئ»!

كذلك لم يسمح للأطفال أن يقرؤوا أيَّ كتب، أو يستمعوا لبرامج من شأنها أن تثير التساؤلات في أذهانهم، فلم يسمح النظام النازي للأطفال إلَّا بالاستماع إلى الدعاية النازيَّة فقط.

٥ ـ جمع الأطفال في مسيرات هائلة:

تجميع الأطفال في أعداد منظمة هائلة بالإضافة إلى المكبرات العملاقة، يجعل الأطفال يعيشون في بيئة مشحونة بالشعور بالقوة المتناهية، مِمَّا يُعزِّز شعورهم بعظمة دورهم، وهذا يُشبه تماماً تلك اللحظات التي يمر بها طلاب القوات المسلحة، حين يمشون في هذه الأعداد الهائلة في حفلات التخرج والعروض، مِمَّا يُنسيهم أي ضغط قد تعرضوا له من فرط القوة التي يشعرون بها.

فالأطفال يشعرون أنَّهم قوة لا يُستهان بها في المجتمع النازي، وأنهم جزء أساسي في هذا المجتمع ذي القوة المطلقة.



٦ ـ توحيد الزي:

كان الأطفال يلبسون زِيّاً مُوحَّداً برابطة عنق واحدة، وعليهم ما يُشبه الأوسمة، وشعارات النازيَّة والصليب المعكوف على أكتافهم، حتى تتحول حياتهم إلى هتلر.

٧ ـ استخدام اليهود كمبرر لأخطاء الحكومة:

كان هتلر يُلقي باللوم على اليهود أنَّهم سبب كلِّ المشاكل التي يتعرَّض لها البلد، ومن ثَمَّ كان الأطفال يلومون اليهود على كلِّ المشاكل التي تواجه ألمانيا، فالحكومة كانت تلقي اللوم على بعض الأشخاص في خطابها مع الأطفال حتى لا يسأل هؤلاء الأطفال حكوماتهم على أخطائها.

٨ ـ نشر الجواسيس بين الأطفال ومن الأطفال:

تعلم الأطفال في عهد هتلر ومن نظام هتلر ألَّا يثق بعضهم ببعض، فقط يثقون بأبيهم القائد هتلر ورجاله، فكان كلُّ مَن يُشَكُّ به من الأطفال أو حتى من الأهل كان الأطفال يقومون بالتبليغ عنه فوراً إلى رجال هتلر أو حتى من خلال خطاب مباشر إلى هتلر نفسه.

ما قام به هتلر مع الأطفال خاصَّة، هو ليس التحكم بالجماهير كما تعلم من كتابات «لوبون»، بل كان إنشاءً لمجتمع من نوع خاصٍّ لا يحتاج إلى تحكم أصلاً.

وفى النهاية وبعد هذا العرض السريع الذي قد يكون مُخِلّاً نستطيع القول: بأنَّ النظام النازي ـ خاصة «هتلر» ـ قد استفاد من «لوبون» في التعرُّف على أهم الأساليب الممكنة من السيطرة على الجماهير وضبط المجتمع، وهو ما كان يحتاجه هتلر بالفعل لأجل تنظيم المجتمع النازي، وكذلك ثنائية الإله والجمهور التي أكد عليها «لوبون»، والتي كانت من أهم رؤى «هتلر».

إدوارد بيرنيز والوجه الآخر للنازية

لـم يكن هتلر إلَّا وجهاً واحداً من عُملة تُسمَّى: «القمع الشعبي»، هذا الوجه الذي يُنادي بشعارات العرق والحفاظ عليه، شعار العدو والقضاء على خطره، والأمن ووجوب فرضه، أمَّا الوجه الآخر الذي لا يقلُّ عنه خطورة كان يتمثَّل في «إدوارد بيرنيز» الذي استطاع أن يتحكَّم في الجمهور، ويُؤسس لقمعه، ولكن بصورة أخرى لا تعتمد على وُجود قائد مرئيٍّ، ومع ذلك فإنَّها لا تقلُّ بشاعة عن الصورة التي تبنَّاها هتلر، مع اعتماد «بيرنيز» على دراسة «لوبون»، ولكن بصورة غير مباشرة من خلال دراسات عمه «سيجموند فرويد».

«إدوارد بيرنيز» يُعتبر مُؤسِّساً حقيقيّاً لعلم العلاقات العامة، مع «إيفي ليي»[1] وُلِد «بيرنيز» في فيينا، وكانت عناوين مؤلفاته تعكس تخصصه في كيفية السيطرة على آراء الجماهير، ومن أهم

(١) **إيفى لي، هو**: مُؤسِّس علم العَلاقات العامَّة في العصر الحديث، وقام بوضع كثير من مبادئها، وفي عام (١٩٢١م) استخدم إيفى لي لأول مرَّة تعبيرَ العَلاقات العامَّة.

مؤلفاته: «بروباغندا ١٩٢٨م»، و«بلورة الرأي العام ١٩٢٣م»، و«هندسة القبول ١٩٤٧م»، وكان بيرنيز يعتقد أنَّ السيطرة على عقول الجُموع هي ميزة أساسيَّة من ميزات النظام الديمقراطي.

وكان من زبائن «بيرنيز» عددٌ من رؤساء الولايات المتحدة، وشركات صناعيَّة كُبرى مثل دودج Dodge، وفورد Ford، وجنرال إليكتريك، وجنرال موتورز GM، وشركة الفواكه المتحدة United Fruites، ومجموعة شركات تايم Time inc، وشبكة قنوات (CBS وNBC)، وغيرها الكثير[١].

ولكن يبدو من المُستغرب بالفعل أن يكون «سيجموند فرويد»[٢] أشهر بين الناس من «بيرنيز»، حيث إن «بيرنيز» هو أوَّل من قدَّم «سيجموند فرويد» للمجتمع الأمريكي، وذلك لصلة القرابة التي كانت تجمعهم. وقتها لم يكن أحد يعرف «فرويد» سوى المهتمين بعلم النفس، فقام «بيرنيز» بالإشراف على ترجمة ونشر كُتب فرويد، والترويج لها في المجتمع الأمريكي، وعن طريقه صار فرويد معروفاً للعامة.

ساهم «بيرنيز» في إشاعة أفكار فرويد، وجعلها تبدو كبديهة يوميَّة، خاصَّة في الولايات المتحدة، عبر استخدامه لوسائله في الترويج التي يستخدم فيها وسائل دعاية مباشرة وأخرى غير مباشرة

(١) New york times books March 10, 1995 Edward Bernays, "Father of Public Relations", And Leader in Opinion Making, Dies at 103.

(٢) **سيغموند فرويد (١٨٥٦ ـ ١٩٣٩م)**: طبيب الأعصاب النمساوي الذي أسَّس مدرسة التحليل النفسي، وعلم النفس الحديث.

عبر السينما والإذاعة، وفي الوقت نفسه استخدم علم النفس والعلوم الاجتماعيَّة في عِلم العَلاقات العامة.

ومن أهم آراء «بيرنيز»: أنَّه إذا ما استطعنا فهم الآليَّة التي تحرك الجماهير؛ فإنَّه من الممكن لنا أن نسيطر على سلوك هذه الجماهير، ودون أن تعرف هذه الجماهير ذلك[1].

وهنا يُلاحَظ أن «بيرنيز» أراد أن يُسيطر على الجماهير من خلال قائد غير مرئي، فلا يُمكن لهم ملاحظة السيطرة المفروضة عليهم.

(١) فيلم وثائقي نشرته شبكة BBC الإخباريَّة بعنوان: "The century of self"! ترجمة: «محمد عادل».

فرويد. لوبون. الجماهير

يبدو أنَّ عَلاقة «لوبون» غير مباشرة بـ «بيرنيز»، بل كانت من خلال عمِّه «فرويد» الذي يرى أنَّ الجماهير لا يُمكن أن تُترك حُرَّةً؛ لأنَّ لديهم نزعات عنف، وتصرفاتهم غير منطقية تحكمها الغرائز والرغبات الدفينة بأكثر ممَّا يحكمها المنطق، بعبارة أخرى: لا يُمكن الثقة بحكم الجماهير ورأيها، وبالطبع هذه الرؤية لا تختلف إطلاقاً عن رؤية «لوبون».

بالفعل لا تختلف هذه الرؤية عن رؤية «لوبون»؛ لأنَّها ببساطة لم تكن خاصة بـ «فرويد»، ولكنَّها كانت في الحقيقة رؤية «لوبون»، إلَّا أنَّ «فرويد» قام بتحليل شكل آخر للجمهور غير الذي تناوله «لوبون» كما ستتمُّ الإشارة لذلك من خلال مناقشة رؤية فرويد في مُؤلَّفه الخاص بعلم نفس الجماهير، حيث يقول «فرويد» في مُستهلِّ كتابه «علم نفس الجماهير وتحليل الأنا»: «في عام ١٨٩٥ أصدر المؤرخ وعالم الاجتماع الفرنسي «غوستاف

لوبون» دراسة كان لها وقعٌ كبير في عالمِي السياسة والعلم، جعل عنوانها: علم نفس الجماهير»[1].

«وكانت هذه الدراسة هي الأولى من نوعها. . .، وقد مثَّلت دراسة لوبون فتحاً علميّاً حقيقيّاً»[2]، ثم يقول فرويد تحت باب يحمل عنوان «نفسيَّة الجماهير بحسب تصور لوبون»: «ولعلَّ هذا الهدف المزدوج سيشق طريقه إلى التحقيق على خير وجه إذا ما اتَّخذنا دليلاً لنا كتاب السيد «غوستاف لوبون»، الذي بات شهيراً بـ (علم نفس الجماهير)».

«لنحدد مرة أخرى طبيعة الموضوع بدقَّة، فعلم النفس بعد أن درس وحلَّل استعدادات الفرد وميوله وغرائزه ودوافعه ومقاصده، حتى في أعماله وعَلاقاته مع أقرانه ونظرائه، سيجد نفسه على حين بغتة ـ على ما يُقال لنا ـ أمام مهمة جديدة تُطالب بإلحاحٍ بحلٍّ، فهو مدعو إلى أن يُقدِّم تفسيراً للواقعة المدهشة التالية المتمثلة (يقصد الجمهور) ـ على ما يُقال لنا أيضاً ـ في أنَّ الفرد الذي كان خُيِّل إلى علم النفس أنَّه جعله مفهوماً، فما الجمهور النفسي إذن؟ وما كُنه التعديلات النفسيَّة التي يتعرض الفرد لها؟

أدع الكلام للسيد «لوبون» يقول: . . . .».

ـ ثم ينقل «فرويد» نص كلام «لوبون»، ثُمَّ يُعلِّق عليه بقوله:

---

(١) **«علم نفس الجماهير»**، سيجموند فرويد، ص(٥).

(٢) **المصدر السابق**، ص(٥).

«إنَّنا نُبيح لأنفسنا مقاطعة عرض السيد «لوبون» بتعليقاتنا، ونبدأ بإبداء الملاحظة التالية: ما دام الأفراد الذين يُؤلفون جمهوراً ينصهرون في وحدة، فلا بد أن يكون ثمة شيء ما يربطهم بعضهم ببعض، ومن الممكن أن يكون هذا الشيء هو بالتحديد ما يُميز الجمهور، إلَّا أنَّ السيد «لوبون»، إذ يترك هذه المسألة بلا حلٍّ، يُولي اهتمامه للتعديلات التي تطرأ على الفرد في الجمهور، ويصفها بعبارات تتفق مع المبادئ الأساسيَّة لعلمنا النفسي عن اللاشعور»[١].

ثم يستمر «فرويد» على هذه الطريقة: إيراد نص «لوبون» والتعليق عليه بالشرح، أو التعديل اليسير، حتى قال: «وأخيراً: إنَّ الجماهير لا تعرف البتة الظمأ إلى الحقيقة، فهي تطلب أوهاماً، وعنها لا تستطيع عزوفاً، وهي تُقدِّم دائماً اللَّاواقعي على الواقعي، واللَّاواقعي يُؤثِّر فيها بنفس قوة الواقعي، وعندها ميل ظاهر للعيان إلى عدم التمييز بينهما»[٢].

ثم يقول «فرويد» تحت عنوان «تصورات أخرى للحياة النفسيَّة الجماعيَّة»: «اتخذنا من عرض السيد «لوبون» مدخلاً لنا؛ لأنَّ علم النفس عند هذا المؤلِّف، بتشديده اللهجة على الدور اللَّاشعوري للحياة النفسيَّة يقترب اقتراباً غير هين من علم نفسنا نحن»[٣].

---

(١) **المصدر السابق**، ص(٢٥، ٢٦).

(٢) **المصدر السابق** ، ص(٣٧).

(٣) **المصدر السابق**، ص(٤١).

إلَّا أنَّ «فرويد» يُعلِق على رؤية «لوبون» فيما يخصُّ ظاهرة الجماهير بقوله: «فمعطيات «سيغيل» و«لوبون» وغيرهما تتعلَّق بجماهير عابرة، وتتشكل بسرعة، عن طريق اجتماع عدد مُعيَّن من الأفراد مِمَّن يُحرِّكهم اهتمام مشترك، ولكنَّهم يفترقون عن بعض في جميع النواحي الأساسيَّة، ولا ريب أنَّ هؤلاء المؤلِّفين تأثَّروا في شروحهم بأوصاف الجماهير الثوريَّة، وبخاصَّة جماهير الثورة الفرنسيَّة الكُبرى»[(١)].

ثم يبدأ «فرويد» بعد ذلك بوضع رؤيته عن الجماهير بصورة مختلفة تماماً، ففي حين أن «لوبون» نظر إلى الجماهير التي تتجمع بالصدفة، أو تحت تحريض؛ فإنَّ «فرويد» يريد أن يدرس الجماهير الدائمة، ويظهر هذا في قوله: «أمَّا التوكيدات المعارضة الناجمة عن الملاحظات التي أجريت على جماهير ثابتة، أو تحشدات دائمة يمضي فيها الناس حياتهم كلَّها، وتتجسد في مؤسسات اجتماعيَّة»[(٢)].

وذلك ليس لعدم أهميَّة الجماهير الأولى، ولكن لديمومة الجماهير الثانية، والتي يتمُّ التعامل معها بشكل يومي ودائم، **يقول «فرويد»**: «ونسبة جماهير الفئة الأولى إلى جماهير الفئة الثانية هي كنسبة الأمواج القصيرة، لكن العالية، إلى سطح البحر الواسع»[(٣)].

---

(١) **المصدر السابق**، ص(٤٣).

(٢) **المصدر السابق**، ص(٤٣).

(٣) **المصدر السابق**، ص(٤٣).

ومن هنا يظهر أنَّ ما استفاد به «بيرنيز» من عمِّه في التأثير على الجماهير: إنَّما يرجع الفضل فيه إلى «لوبون» إلَّا أنَّ ما أضافه «فرويد» قد أحدث تطوُّراً كبيراً في التعامل مع ظاهرة الجماهير، **ويلاحظ هذا التطوُّر**: في العامل المشترك بين الجماهير الذي إذا تمَّ تحديده سيُمكن من السيطرة على الجماهير من غير وجود القائد المرئي، كما يُلاحظ التطور في مفهوم الجماهير نفسِها الذي تعدَّى الجماهير الثوريَّة ليشمل الجماهير الدائمة.

بيرنيز وحتمية التحكم في الجمهور

يبدو أنَّ «بيرنيز» كذلك بدا متأثراً بكتابات «لوبون»، وإن لم يُوجد دليل على ذلك سوى النص المنسوب إلى «بيرنيز» الذي يَظهر فيه تشابهٌ كبيرٌ بينه وبين رؤية «لوبون»، ومن ذلك ما قاله «بيرنيز»: «إنَّ صياغة الوعي والعقل الجمعي للمجتمعات هو أحد الأدوات المُهمَّة في المجتمعات الديمقراطيَّة»[١].

والحقيقة: إنَّ هذه الكلمة بمفهومها تُشبه كثيراً ما رآه «لوبون» في: «إنَّ ضعف الأنظمة البرلمانيَّة الديمقراطيَّة عائدٌ إلى الجهل بقوانين علم النفس وطرائق تسيير الجمهور»[٢].

ومن خلال قول «بيرنيز»: «وتُعتبر هذه المجموعة المسئولة عن الصياغة والتأثير على الوعي المجتمعي بمثابة حكومة غير مرئية «خَفِيَّة»، وهي تُعتبر صاحبة القوة الحقيقيَّة في البلاد، ونحن في الحقيقة يتمُّ التحكم بنا من خلال مجموعة من الرجال لم

(١) Propaganda "E. bernays" p. (37).

(٢) **مُقدِّمة «سيكولوجيا الجماهير»**، ص(١٩).

نسمع عنهم شيء، فهم يُكمِّمونَنا، ويُحرِّكون عقولَنا، ويُشكِّلون أذواقَنا، ويقترحون ما يطرأ على أفكارنا»[١].

ويظهر مرَّة أخرى تأثير كتابات «لوبون» على «بيرنيز»، **حيث يقول «لوبون»**: «لو أنَّ ضرورات الحياة اليوميَّة لا تُشكِّل نوعاً من الميزان الناظم غير المرئي للأحداث؛ لَمَا استطاعت الأنظمة الديمقراطيَّة أن تستمر»[٢].

ويقول «بيرنيز»: «هذه في الحقيقة وهي النتيجة المنطقيَّة للطريقة التي تنَظم بها المجتمعات الديمقراطيَّة التي نعيش فيها، ويُشارك في هذا السلوك الكثير أيضاً من المواطنين ما داموا يعيشون في مجتمع متفاعل مع بعضهم البعض»[٣].

أمَّا عن الرؤية التي بناها «بيرنيز» - وهي مؤثرة إذا ما أخذت بعين الاعتبار - أنَّ المجتمعات ليست حُرَّة، وذلك بفعل حكومة خفيَّة: «وهذه الحكومات الخفيَّة لا تُعرف في حقيقة الأمر هُويَّةُ أعضائها في الوزارات الداخليَّة، فهم يتحكَّمون بنا من خلال معايير القيادة التي يُصيغونها، ومن خلال قدرتهم على تصدير الكثير من الأفكار للمجتمع، ومن خلال موقعهم المهم في المجتمع، وبالرغم من تمتع الفرد وقدرته على اختيار موقفه في شأن معين؛ تبقى حقيقة واضحة وملموسة في حياتنا اليوميَّة والسياسيَّة والعمليَّة، وممارستنا الاجتماعيَّة والدينيَّة،

(١) Propaganda "E. bernays" p. (37).

(٢) **«سيكولوجيا الجماهير»**، غوستاف لوبون، ص(٦٥).

(٣) Propaganda "E. bernays" p. (37).

وهي وُجود مجموعة صغيرة من الأشخاص تُسيطر على عقولنا، وذلك لقدرتها على فهم الوعي العقلي، وقراءة الأنماط الاجتماعيَّة التي تُؤثِّر على الرأي العام، وتستطيع تلك المجموعة من التحكم في عقل الرأي العام وأفكاره من خلال استبدال القوى الاجتماعيَّة القديمة بأخرى جديدة تُدير وتقود العالـم»[١].

«وتستطيع هذه المجموعات أن تصل إلى عقل الرأي العام من خلال القادة والإعلام، ونحن في المُقابل نتقبَّل المواضيع التي تُطرح علينا، ونتقبَّل الأدلة التي يعرضونها على لسان بعض الباحثين في الشئون العرقيَّة، أو من أحد الباحثين المُفضَّلين لدى الرأي العام، أو من خلال عرض رأي ما ونشره، وفي النهاية نتقبَّلُ هذا السلوك، بل ونشارك فيه في معظم الأوقات!

فمن الناحية النظريَّة: يرغب الناس في شراء منتجات ذات جودة عالية وبأسعار رخيصة ، **أمَّا من الناحية العمليَّة**: فوَفقا للأسعار ودراسة المنتجات قبل الشراء؛ فإنَّ الكثير من البضائع لن يتمَّ في الواقع شراؤها ، ولكن ما يحدث هو التأثير على المزاج العام للمجتمع من خلال الدعاية والبروباجندا لاختيار منتجات بعينها»[٢].

---

(١) Propaganda "E. bernays" p. (38).

(٢) Propaganda "E. bernays" p. (39).

ومن الممكن أن نقوم بإلقاء الضوء على ترجمة «بيرنيز» لنظرياته على أرض الواقع، من خلال ما يلي[(١)]:

أولاً: رؤية «بيرنيز» والتي تُعَدَّ من أكثر النشاطات الدعائيَّة السياسيَّة تطرُّفاً للولايات المتحدة الأمريكيَّة، وعمله على إسقاط حكومة غواتيمالا المُنتخبة ديمقراطيّاً ورئيسها «جوزمان»، وذلك لمصلحة الشركة المتحدة للفاكهة «يونايتد فروت»، فيما يُعرف بعمليَّة «انقلاب غواتيمالا ١٩٥٤».

وركَّزت دعاية بيرنيز على وصم الرئيس الغواتيمالي بالشُّيوعيَّة في معظم وسائل الإعلام، حتى أدَّت هذه الحملة إلى إسقاط الحكومة، وتسخير أبناء الشعب الغواتيمالي إلى عبيد يعملون لدى الحكومة الأمريكيَّة بشكل غير مباشر، للاستيلاء على فواكه الدولة لصالح شركة الفواكه المتحدة.

ثانياً: كيف انتشر التدخين بين النساء في الولايات المتحدة الأمريكية؟

جاء في أحد الأيام «جورج هيل» مدير مؤسسة التبغ الأمريكية لـ«بيرنيز» يُخبره أنَّ هناك مشكلة، لم يكن تدخين المرأة مقبولاً اجتماعيّاً في أمريكا في ذلك الوقت مِمَّا يعني أن مُصنِّعي السجائر يفقدون نصف زبائنهم (أو مَن يمكن أن يكونوا زبائنهم)، وهنا خرج «بيرنيز» بفكرة شيطانيَّة! ففي أثناء دورة الألعاب

---

(١) فيلم وثائقي نشرته شبكة BBC الإخباريَّة بعنوان: "The century of self"! ترجمة: «محمد عادل».

الأوليمبيَّة المُقامة في أمريكا في ذلك الوقت، قام بإقناع عدد من سيِّدات المجتمع الأمريكي أن يخرجن في مسيرة جماعيَّة وهُنَّ يقُمن بالتدخين، وحينها ظهرت الصور في الجرائد، وظهرت بتعليق يقول: إنَّ عدداً من نساء المجتمع تمرَّدن على سلطة المجتمع، وظهرن أثناء دورة الألعاب وهُنَّ يحملن مشاعل الحرية».

هنا لا يصير التدخين تدخيناً، بل هو تعبير عن حريَّة المرأة، وخروج من ربقة المجتمع، وترتبط المرأة المُدخِّنة في الأذهان بتمثال الحريَّة الذي هو امرأة تحمل «مشعل الحريَّة»، وتدريجيّاً انتشر التدخين بين النساء، وبالطبع ازدادت أرباح مُصنِّعي السجائر.



ولكن تواجدت مشكلة لدى نساء أمريكا المُدخِّنات، اللَّواتي لم يُعجبهن لون العلبة الأخضر باعتبار أنه يتنافر مع ألوان ملابسهن.

وباعتبار أنَّ تغيير اللون سيُكلِّف الشركة ملايين الدولارات؛

اقترح «بيرنيز» أن يتمَّ تغيير الموضة، وهو أمر ستكون تكلفتُه متواضعة جدّاً، حيث لم تتجاوز الـ (٢٥ ألف دولار)، واستغرقت خطة التسويق الجديدة ستة أشهر، ابتدأت بإقامة حفلة ضخمة للمجتمع المخملي سميت «الحفل الأخضر»، كما تمَّ تشجيع أحد مُنتِجي الحرير لاعتماد الأخضر؛ ليكون أهمَّ صيحة في عالم موضة ذلك الزمان. الذي دعا بدوره إلى مأدبة عشاء، كل أصنافها من الطعام الملون بالأخضر. واكتظ الحفل برجال الصحافة ومُحرِّري مجلات الموضة، وتمَّت دعوة، أحد علماء النفس كضيف شرف، ليتكلَّم بإسهاب حول تأثيرات اللون الأخضر الإيجابيَّة في نفسيَّة المرأة والرجل على حدٍّ سواء، ولم ينتهِ الأمر عند هذا الحدِّ، بلِ اشتملتِ المناسبة على محاضرةٍ لأحد رؤساء كليَّة الفنون المشهورة في البلاد، تحدَّث فيها عن أهميَّة ذلك اللون في أعمال كبار الفنانين.

ورافق اندلاع حملات الصحف «للون الأخضر» إنشاء مكتب «لموضة اللون» يُوجِّه العاملين في هذا المجال إلى أن «الأخضر» هو سيد الألوان في الملابس والإكسسوارات، وحتى في ديكورات المنازل، وأرسلت آلاف الرسائل إلى مُصمِّمي الديكور وقطع الأثاث؛ لتنبيههم على مسألة سيادة اللون الأخضر.

كما تمَّ إغراء رئيس حفلة «اللون الأخضر» للذهاب إلى باريس؛ ليضمن تعاون مُصنِّعي الموضة الفرنسيَّة والحكومة الفرنسيَّة في حملة الترويج الخضراء التي لقيت دعماً فرنسيّاً لافتاً، بسبب القوة الشرائيَّة للمرأة الأمريكيَّة، كون أناقتها تسهم في

تحسين أرباح دور الأزياء الراقية، وبالتالي تدعم الناتج المحلي لفرنسا، وتوالت الاستعراضات والمآدب الخضراء التي ضمَّت مسؤولين ومصنعين؛ لتشجيع الموضة الخضراوية ـ إن صح التعبير ـ الجديدة القادمة من عاصمة الأزياء باريس.

وجرَّت حملة «التغرير والتلفيق» كثيرين للانضمام إلى دوَّامتها المُفتعلة من طلاء أظافر أخضر، إلى أغلفة أشهر المجلات، إلى جوارب خضراء.



«بيرنيز» أيضاً كان أول من استخدم الممثلين والممثلات في التسويق للسلع، لاعباً على الرغبة الدفينة لدى الناس أن يكونوا مثل هؤلاء المشاهير.

إن أردتي سيدتي هذه القبعة؛ فإنَّكِ تكونين مثل الممثلة فلانة! إن استخدمت هذه العطر، إن ارتديت هذا الحذاء. . .، إلخ، فإنَّكِ تُصبحين مثل نجمة السينما فلانة! لا تتحدث عن متانة الملابس، أو جودة الأقمشة، أو جمال التصميم، فقط اذكر أنَّ فلاناً يرتدي هذه الثياب، وسيشتريها الناس بغضِّ النظر عن حاجاتهم الفعليَّة لملابس جديدة، وبغضِّ النظر عن اتفاق هذه الملابس مع أذواقهم.

كان «بيرنيز» وسياساته التسويقيَّة حلّاً لمشكلة تُؤرِّق رجال الأعمال الأمريكيين، هي زيادة الإنتاج أكثر من حاجة الناس، بسبب انتشار الآلات في الصناعة.

«بول مايزر» أحد المديرين في بنك ليمان براذرز، والذي استعان بخدمات «بيرنيز»، قال: «علينا أن ننقل أمريكا من ثقافة الاحتياجات إلى ثقافة الرغبات، ويجب أن يعتاد الناس أن يُشبعوا رغباتهم، وأن يشتروا أشياء جديدة قبل أن يستهلكوا القديم، ويجب أن نُشكِّل عقليَّة جديدة في أمريكا، ورغبات الإنسان يجب أن تحجب احتياجاته الفعليَّة».

وفي لقاءات مسجلة معه لوسائل الإعلام يحكي «بيرنيز» ما فعله بمنتهى الفخر! فيحكي كيف تلاعب بعقول الناس؛ لينشر

التدخين وسط النساء، وكيف استغل نظريات خَالِه ليدفع الناس للاستهلاك، وهو لا يخجل ممَّا فعله، بل يتحدَّث بفخر التلميذ الذي أحرز الدرجة النهائيَّة في امتحان الإملاء!

هو شخص ليس لديه أي معيار من أي نوع، لا تُوجد معايير اجتماعيَّة أو أخلاقيَّة أو دينيَّة، كل ما يملأ حديثه هو الكسب المادي، وفخره بمهارته في التلاعب بالعقول.

كان «بيرنيز» ينظر للناس كلهم على أنَّهم أغبياء، وهذا منطقي، فمهنة الإنسان تؤثر على تفكيره وشخصيته، فالطبيب الذي يرى الأمراض يوميّاً دائماً ما يقفز ذهنه لأسوأ الاحتمالات إن ظهرت عليه أو على أحد معارفه أعراض مرضية بسيطة، فكيف يُمكن أن ينظر إنسان للناس حين تكون وظيفته أن يتلاعب بعقولهم؟

تقول ابنته: إنَّه دائماً ما كان يصف الناس بأنَّهم أغبياء، وكلُّ مَن يحتكُّ به في العمل أو في المجتمع غبيٌّ، إن قام أحدهم بأداء أي عمل بطريقة تختلف عن طريقته هو فهو غبي، وبالطبع الجماهير أغبياء.

بالطبع كان بيرنيز شديد الثراء، وكان نجمَ مجتمعات، كلُّ الناس تحاول أن تتقرب منه، سياسيين، ورجال أعمال، ورجال إعلام! هذا هو الساحر الذي يُمكنه أن يقود الجماهير ويدفعها لفعل ما يقول العقل والمنطق إنَّه مستحيل.

فكل ما قام به «بيرنيز» يُعَدُّ التطبيق العملي لرؤية «لوبون»

بشرح «فرويد» لها وتطويرها، من استخدام للصورة الذهنيَّة التي تَعْلَق بمخيلة الجماهير، ومخاطبة اللَّاوعي عند الجمهور، والأهم أن بيرنيز استطاع أن يُوجد هذا الشيء المشترك الذي من الممكن أن يتحكم في الجماهير الدائمة (القائد غير المرئي)، وهو الاستهلاك، وتزييف الحاجات الإنسانيَّة، فأصبح من السهل التحكم بالجماهير الدائمة على الدوام من خلال دفعهم إلى الشعور بالحاجة دائماً، والذي يصدق أن المنظومة تقوم بتوفيرها دائماً.

أخيراً بعد كل ما نُقل عن «بيرنيز» هل يرى القارئ فرقاً كبيراً بين ما قام به «هتلر»، وما قام به «بيرنيز»؟!

والتر ليبمان والعالـم خارج رؤوسنا

يبدو أنَّ الإعلام مُنذ ارتباطه بالدولة ونظام الحكم كان قد وُضع بالأساس لتحقيق غاية واحدة، وهذه الغاية كانت: صناعة الجمهور الذي لا يُعارض السُّلطة مهما يكن من ظروف، وهذه الحقيقة أوضحناها من قبل من خلال رؤى «غوستاف لوبون» في تحليله لظاهرة الجماهير، وكيف أنَّ هذا التحليل انتقل إلى السياسيين والإعلاميين، وتمَّت ترجمته من خلال الآلة الإعلاميَّة واستغلاله اقتصاديّاً.

وما يعنينا الآن هو: أنَّ الإعلام لـمَّا كانت مهمته الأساسيَّة مواجهة الجماهير وإخضاعها لكلِّ أنواع السُّلطة بكلِّ الوسائل المُمكنة؛ ارتبط بالإعلام أحد أهم مؤسسات الدولة، وهي مؤسسة المخابرات، والتي كان من أهم ملفاتها التحكُّم والسيطرة الكاملة على كُلِّ ما يُقرأ ويُسمع ويُشاهد من قِبل المجتمع.

ولعلَّ أهم مَن أسس لهذه الرؤية هو «والتر ليبمان» (Lippmann) (١٨٨٩ ـ ١٩٧٤م) صحفي وكاتب ومفكر أمريكي،

حصل على «جائزة بوليتزر» في الصحافة على أعماله الصحفيَّة التي امتدت لحوالي أربعين عاماً، وقِيل عنه إنَّه أعظم مفكري القرن العشرين، ومن أهم الأفكار التي جاء بها «ليبمان» هي: ما عرَّفه «نعوم تشومسكي» باسم: «تصنيع الإجماع»[1]، وهذا ما سيأتي الكلام عنه بنوع من التفصيل في فصل ديمقراطية المشاهد، وهذه الفكرة تتلخَّص في:

إنَّه يجب تصنيع نتائج التصويت والانتخاب، والتحكم بها، وعدم تركها للميول التلقائيَّة لدى الناس، ومن أجل الوصول إلى هذا الهدف ينبغي أن تتحكم مجموعة من ذوي النفوذ القوي بوسائل الإعلام تحكماً كاملاً، ويجب أن تبقى الأكثريَّة بتوجهاتها المختلفة جماهير مُتلقِّية فقط للمادة الإعلاميَّة، دون المشاركة فيها، بحيث تتحقَّق في النهاية السيطرة على طُرق تفكيرهم وتوجهاتهم للاستفادة منهم في نتائج التصويت والانتخابات.

بالتالي: فقد رأى كثير من السياسيين في كتابات «ليبمان» مرشداً لهم، وذلك؛ لأنَّه يضع أمر الجماهير بين يدي «نخبة ممتازة»، هي فقط التي تستطيع بناء رأي عام، ممَّا يحوِّل المجتمع إلى أكثريَّة مُطيعة، تُردِّد ما تسمع، وتعتبر ما سمعت حقيقة لا شوائب فيها. وهذه السياسة أعجبت السياسيين؛ لأنَّها تسحب من العقل وظيفته، وتُعيده صفحة بيضاء، يستطيع «أبطال الإعلام» أن يُسطِّروا فوقها ما يريدون.

---

(١) **«السيطرة على الإعلام»**، نعوم تشومسكي، ص(٩).

صناعة الواقع

الحقيقة: إنَّ الرؤية الإعلاميَّة التي وضعها «ليبمان» تقوم على أساس غاية في الأهمية، فيما يتعلَّق بعَلاقة المجتمع بالواقع، وهو ما بدأ به كتابه «الرأي العام»: بقصة رائعة نقلها من «جمهورية أفلاطون»:

«إنَّ مجموعة من البشر تعيش في وكر تحت الأرض، ولا يرون الخارج إلَّا من خلال فتحة تُدخل الضوء للوكر، وهم على هذا الوضع منذ طفولتهم، مُكبَّلُون من رقابهم وأرجلهم كي لا يستطيعون الحركة، ولا حتى الالتفات خلفهم، كلُّ ما يقدرون عليه هو النظر أمام أعينهم، ومن أمامهم حائط يظهر عليه ظلال الذين يتحركون في الخارج، كأنَّه عرض مسرحي، ولكن هل ما يرونه الحقيقة، أم هو مجرد ظلٍّ؟ حقّاً إنَّها صورة عجيبة وسجناء أعجب، كيف لهم أن يروا ما يحدث إن كانوا لا يُمكنهم أن يحركوا رؤوسهم».

ثم بدأ «ليبمان» الفصل الأول بـ «العالم في الخارج والصور التي داخل رؤوسنا».

وفيه يروي قصة حدثت عن مجموعة كانت تعيش على جزيرة معزولة لا يأتيهم عن العالـم بالخارج إلَّا صحيفة، منها يأخذون أخبارهم، وظنُّوا من خلال ما يقرأون أنَّهم أصدقاء، في حين أنَّ الحقيقة أن بلادهم في حالة حرب، وأنَّهم في الواقع أعداء ـ فالذي نقل لهم الواقع هو الصحيفة ـ، ثم قال كذلك الناس في المجتمعات الحُرَّة، فالإنسان يعيش معظم حياته مُصدِّقاً لواقع فرضته عليه وسائل الإعلام، ولا عَلاقة له بالحقيقة(١).

ومع تحكُّم الإعلام في كل ما يُسمع أو يُشاهد: أصبح الواقع في خطر، وأصبحت الحقيقة تُهددها وسائل الإعلام التي تقوم بعمل العين والأذن لأفراد المجتمع! نعم، فالواقع في الحقيقة كلمة لا تتحمل غير ما يُعاينه الإنسان بنفسه، أمَّا غير ذلك؛ فإنَّه يُسمَّى: «صناعة الواقع».

يقول «ليبمان» في فصل «الصور النمطية للدفاع» من نفس الكتاب: «إنَّ الأفراد عادة لا يُفرقون بين العالـم «كما هو»، وبين رؤيتهم للعالـم «كما يرونه»، أو بين ما يُمكن تسميته بالحقيقة الموضوعيَّة، والحقيقة الذاتيَّة».

ومن هنا فقط: تسطيع أن تقول بأنَّ الواقع قد بدأ ينهار بالفعل، وذلك؛ لأنَّ أفراد المجتمع في الحقيقة أصبحوا يبنون تصوراتهم من خلال ما يُقرأ ويُسمع ويُرى من خلال وسائل الإعلام!

---

(١) Public opinion "walter lippman" chapter one.

قام «والتر ليبمان» من خلال كتابه «جمهور الأشباح» بتشبيه الناس من العامَّة بالقطيع الأحمق الذي يجب أن يتمَّ التحكُّم فيه، وذلك؛ لأنَّ الفرد في المجتمع كالمتابع لعرض مسرحي، وهو جالس في الصف الأخير، يعلم أنَّ ما يحدث مهم، ولكنَّه لا يهتم، وبينما يعلم المواطن أنَّ الحياة الاجتماعيَّة هي مرجع القرارات في السياسات الداخليَّة والخارجيَّة، لكنَّه لا يستطيع أن يقنع نفسه بأنَّه معني بهذه القرارات.

ما الذي تبقَّى إذن من الواقع، ونحن نشهد في كل مكان حقناً هائلاً ومتواصلاً للواقع بالصورة والمتخيل والافتراضي؟!

لقد انهار ذلك الواقع الذي كان الإنسان بموجبه يُميز بين الكاذب والصادق، الواقع والخيالي، الحقيقي والزائف، الإلهي والشيطاني، الجميل والقبيح!

الديمقراطيَّة عرض مسرحي

من خلال ما سبق ظهرت فكرة جديدة يُمكن من خلالها التحكُّم بالمسار الديمقراطي من خلال عكس العمليَّة الديمقراطيَّة، فبدلاً من مشاركة الجمهور في العمليَّة السياسيَّة من خلال التصويت الحُرِّ غير المُوَجَّه، يقوم الإعلام بتوجيه الجمهور إلى ما تريده النُّخبة القليلة الحاكمة، والمسيطرة بالفعل على كُلِّ الميادين الفكريَّة، عن طريق رؤوس الأموال.

إذن؛ فإنَّ دور الإعلام هو دور منتج الأيديولوجيا في عصر الثورة الصناعيَّة التي تتعلَّق بالمنتجات والشركات المنتجة لها، ويتحكَّم في الإعلام مَن يتحكَّم بالآلة الإنتاجيَّة الضخمة.

انطلاقاً من كل ذلك: فإنَّ الطبقة التي تُسيطر على وسائل الإنتاج المادِّي بتملكه والتصرف به، تملك أيضاً وسائل الإنتاج الفكريِّ، وتتحكم بإنتاج الفكر وبتوزيعه، ذلك أنَّ نوعية هذا الفكر ومضمونه إنَّما يُعبِّران عن العَلاقات التي تجعل من هذه الطبقة

طبقة سائدة، وبالتالي: فإنَّ أفكار الطبقة السائدة هي أيضاً الأفكار السائدة في كل عصر.

ولذلك كتب «نعوم تشومسكي» فصلاً يحمل اسم «ديمقراطية المُشاهد» في كتابه «السيطرة على الإعلام» قال فيه:

«وذكر - أي «ليبمان» - بأنَّ ما أسماه «الثورة في فن الديمقراطيَّة» يُمكن تطويعه لخدمة ما وصفه بـ «تصنيع الإجماع»، بمعنى جعل الرأي العام يُوافق على أمور لا يرغبها بالأساس، عن طريق استخدام وسائل دعائيَّة، كما أنَّ «ليبمان» رأى بأنَّ هذه الفكرة جيِّدة بل ضروريَّة، فكانت من وجهة نظره أنَّ المصالح العامة كفيلة تماماً بخداع الرأي العام»[1].

هذا كلُّه يجب أن يتم من خلال نخبة، نعم، النخبة فقط هي التي تُسَيِّر كافة الأمور السياسيَّة والاقتصاديَّة، بل والاجتماعيَّة.

يقول «نعوم تشومسكي»: «هذه النظرية تُؤكِّد أنَّ نخبةً صغيرةً - مجتمع المفكرين الذي أشار اليه أصحاب «ديوي» - فقط بإمكان هذه النخبة فهم وإدراك ماهيَّة المصالح العامَّة، ومِن ثَمَّ تقرير الأمور التي من شأنها أن تعني المجتمع، وجهة النظر هذه ليست جديدة، فهي تعود لمئات السنين، وهى كذلك وجهة نظر لينينية بحتة، وفي حقيقة الأمر هي مطابقة لمبدأ «لينين» القائل: بأنَّ الطلائع الفكريَّة الثوريَّة لابُدَّ أن تستولي على السلطة عن طريق

---

(١) **«السيطرة على الإعلام»**، نعوم تشومسكي، ص(٩).

توظيف ثورات شعبيَّة كإحدى وسائل الدفع بهم إلى سُدَّة الحكم، ثم دفع الجماهير الغبية الدهماء باتجاه مستقبل غير قادرين على فهمه، أو وضع تصور له، لشدة غبائهم وعدم أهليتهم لفهم ذلك»[١].

إذن يظهر لنا من هذه النظرة التي تبناها «ليبمان»: أنَّ الجمهور قطيع لابُدَّ من التحكُّم فيه، ومن هنا نستطيع أن نحدد الوظيفة الحقيقيَّة **للديمقراطيَّة الليبراليَّة**، والتي يظنُّ الأكثريَّة الساحقة أنَّها هي الديمقراطيَّة التي تعني «**حكم الشعب**»، ويُمكن تقسيم هذه الوظيفة كما فعل «تشومسكي»:

«**الوظيفة الأولى**: منوط بها الطبقة المتخصصة، الرجال المسئولون يقومون بالتفكير والتخطيط للمصالح العامَّة.

الوظيفة الثانية: وظيفة القطيع الضال الذي يُشاهد ولا يُشارك في العمليَّة الديمقراطيَّة.

الوظيفة الثالثة: تمكين هذا القطيع من وقت لآخر بتأييد أحد أفراد الطبقة المتخصصة، بمعنى آخر يسمح لهم القول «نحن نريدك قائداً لنا»، وهذا ما يُطلق عليه انتخابات، بشرط أن يعودوا بعد ذلك لوظيفتهم الأساسيَّة مُشاهدون فقط.

هذا ما يجب أن يحدث في نظام ديمقراطي سليم»[٢].

وفي نهاية الفصل ينتهي «تشومسكي» إلى أنَّ الدعاية في

---

(١) **المصدر السابق**، ص(١٠، ٩).

(٢) **المصدر السابق**، ص(١٠، ١١).

النظام الديمقراطي هي بمثابة المطارق الحديديَّة في الدولة الشمولية[١].

لذلك الأمر كتب «والتر ليبمان»: إنَّنا لا يُمكننا أن نثق بالجماهير، ورفض «ليبمان» فكرة الديمقراطيَّة؛ لأنَّنا إن كُنَّا لا نستطيع أن نثق برأي الجمهور فإنَّ الديمقراطيَّة (التي تعطي الجمهور دوراً في اتخاذ القرارات) تصير شيئاً خطراً، ولذلك أيضاً في مقالاته وصف «ليبمان» الجمهور بعبارة القطيع المرتبك bewildered herd، وهو المصطلح الذي صار مصطلحاً أساسيّاً في علم الإعلام فيما بعد[٢].

إذن يستلزم تحقيق الديموقراطية: تخفيف المهام المُوكلة إليها، الذي يعني أنَّ على «الجمهور الديموقراطي» أن يسير وراء مُمثِّليه، الذين يعرفون معنى «المجتمع الديموقراطي» وغاياته.

وهذا الجمهور عليه أن يختار، أو ينتخب صوراً غير مرئيَّة، بشراً لا يعرف ملامحهم تماماً، ولا يعلم سوى ما أفرزته النخبة من مجموعات الرجال الذين تمَّت صناعتهم على أنَّهم قادة سياسيين ومكافحين لأجل حريَّة المجتمع، وهؤلاء يقومون بإرشاد الناخبين إلى الطريق الذي لا يُمكن من السير عليه باستقامة إلَّا بالدليل، وهو: «النُّخبة السياسية» التي تقوم بإعفاء المجتمع المشغول دوماً بسَدِّ احتياجاته، وعدم اهتمامه بالأمور السياسيَّة

---

(١) **المصدر السابق**، ص(١٢).

(٢) راجع: «**السيطرة على الإعلام**»، نعوم تشومسكي وpublic opinion walter lippman.

التي يصعب عليه فهم مصطلحاتها، وبينما تقوم الآلة الإعلاميَّة بصرف انتباه المجتمع يظلُّ الأمر على ما هو عليه، أصابت النخبة أم أخطأت؛ لأن أحوال الجمهور، كما أحوال «الحقوق» بعامَّة، محصلة لتطور تجربة جماعيَّة تُوجِّهُها حاجات الضبط والتنظيم.

فعلى النخبة الممتازة أن تُسيطر على الفرد، وأن تصنع له **واقعَه** وتصوراته تلك النخبة التي تحدث عنها «تشومسكي» أنَّها تمتلك علوماً لا يقدر على تحصيلها العوام، وفي النهاية يقوم المشاهد مُصفِّقاً لهذا العرض المسرحي؛ لأنَّها فقط العادة، وعلى هذا أُنشِئت وسائل الإعلام المرتبطة بالمنظومة.

«عودة مرة أخرى إلى «بيرنيز» الذي راقت له أفكار «ليبمان»، ودفعته لكتابة مقال بعنوان «هندسة الإجماع Engineering of consent» قال فيها:

إنَّ أفكاره المتعلقة باستغلال الرغبات الدفينة للجماهير ـ الذين وصفهم في المقال بأنَّهم غير عقلانيين، ولا يُمكن الثقة فيهم، ويفتقرون لأي معايير عقليَّة أو أخلاقيَّة ـ ويجب دفعهم للاستهلاك الذي يشكل وسيلة لقيادة الناس اقتصادياً وسياسيّاً»[1].

إنَّ كل ما انتهى إليه «بيرنيز» و«ليبمان» من رُؤى وأفكار أصبح من أهم ملفات المخابرات، والتي لم تنفصل في أي وقت عن مفهوم الإعلام، ولذلك نجد أن (المخابرات الأمريكيَّة) قد

---

(١) فيلم وثائقي نشرته شبكة BBC الإخباريَّة بعنوان: "The century of self"! ترجمة: «محمد عادل».

أنشأت ما يُعرف بمشروع: «موكينج بيرد moking bird»، وكان الهدف وراء هذا المشروع هو التحكم في الصحافة والإعلام المرئي لِبثِّ ما تريده السُّلطة، وهذا على حسب التقرير الذي أعدته (اللجنة المختارة في مجلس الشيوخ بشأن المخابرات)، والتي كان يترأسها «فرانك شيرش»، بسبب أنَّ الرئيس «فورد» قد أصدر المرسوم الرئاسي (١١٩٠٥) بناء على نتائج التقرير الذي أعدته لجنة الكونغرس للأمن (عام ١٩٧٥م)، والذي جاء بعنوان: «مؤامرات مفترضة لاغتيال زعماء أجانب»، وهذه اللجنة يقودها السيناتور «فرانك شيرش»، وقد شدَّد التقرير على المؤامرات المفترضة لاغتيال: باتريس لومومبا (الكونغو)، فيدل كاسترو (كوبا)، رفائيل ترجيلو (جمهورية الدومنيكان)، نغودينه دييم (فيتنام)، رينه شنايدر(شيلي).

وقامت اللجنة باكتشاف، أنَّ «المخابرات الأمريكيَّة» قد أعدت مشروعاً للقيام بالتحكم في الصحافة والإعلام، من خلال الأوامر المباشرة بنشر أخبار معينة، وكذلك استخدام السينما الأمريكيَّة في ذلك، وكذلك من خلال دفع أموال لمجموعة من الصحفيين للعمل على كتابة تقارير مُعدَّة مُسبقاً من (المخابرات الأمريكية»)[1].

هكذا بدأ عصر جديد، حيث يتمُّ فيه ضبط المجتمع كاملاً

---

(١) وللمزيد: الاطلاع على أرشيف مجلس الشيوخ الأمريكى بتاريخ يناير (١٩٧٥م) تحت عنوان: «لجنة فرانك شيرش»، من على الموقع الرسمي لمجلس الشيوخ الأمريكي senate.gov! مراجعة كتاب: «عقيدة الصدمة» لنعومي كلاين.

من خلال صناعة واقعٍ يتناسب مع الطبقة الحاكمة، لا من خلال المخابرات ومؤسسات القمع فقط، بل ومن خلال الدعاية والإعلان وفنيهما، بالإضافة إلى نُخبة من المتخصصين في مجال العلوم النفسيَّة والاجتماعيَّة وأصحاب الخبرة في مجال التلاعب بأفكار الجماهير، الذين يطلق عليهم اسم «صانعي العَلاقات العامَّة»، مع هيمنة أصحاب الشركات العملاقة على كل ما سبق، وتبقى في النهاية كلمتيِ الواقع والمجتمع لا معنى لهما بكُلٍّ ما ارتبط بالكلمتين من شعارات (ديمقراطيَّة ـ حرية ـ حقوق إنسانيَّة ـ مساواة. . . إلخ).

«أنَّا فرويد»[1]، وعبادة المجتمع[2]

سبق معنا أن «بيرنيز» قدَّم «فرويد» لرجل الشارع الأمريكي، وكان هذا بداية تحوُّل ضخم في المجتمع، حيث تحوَّل المجتمع من مجتمع يعمل لأجل أن يُوفِّر الحاجات الأساسيَّة التي كانت تقوم الشركات بتسويقها، إلى مجتمع يعمل لأجل أن يُوفِّر الحاجات التي تفرضها عليه الشركات، وَفقاً لرغبات هذا المجتمع الجديد، ولكن لم تكن فقط هذه هي نقطة التحوُّل التي أصابت المجتمع، ولكن مع انتشار الأمراض النفسيَّة التي تُصيب الفرد الذي يعيش في هذا المجتمع الجديد، لعدم مقدرته على مُسايرة مَن حوله، فكُلَّما لبس أحدُ المشاهير بنطالاً ـ على سبيل المثال ـ وجب على المجتمع أن يلبسه، فكان من العسير مُسايرة

---

(١) **أنَّا فرويد (١٨٩٥ ـ ١٩٨٢م)**: الابنة الأخيرة لعالِم النفس الشهير «سيجوند فرويد»، تُعَدُّ من أوائل مُؤسِّسي التحليل النفسي للطفل.

(٢) هذا الجزء من فيلم وثائقي نشرته شبكة BBC الإخباريَّة بعنوان: The century of "self"! ترجمة: «محمد عادل».

مجتمعٍ كهذا، مِمَّا أدَّى إلى انتشار التحليل النفسي في كُلِّ مكان، حتى صار موضة في المجتمع، وصار المُحلِّلون النفسيون من الأثرياء.

أحد الشخصيات البارزة في هذا المشهد كانت «أنَّا فرويد» ابنة «سيجموند فرويد». **وبناء على نظريَّات أبيها، قالت «أنَّا»**: «إنَّ الإنسان عليه أن يتعلَّم أن يكبحَ غرائزه ونزواته ودوافعه الخفية؛ ليضع نفسَه في صورة (مقبولة اجتماعيّاً)».

هنا نُلاحظ أنَّ «أنَّا فرويد» أرادت أن يكون الإنسان قادراً على كبح غرائزه لا من أجل أن يكون الفرد مُتَّسقاً مع ما يعتقده من قيم، بل فقط ليكون (مقبولاً اجتماعيّاً)، حيث صار اتجاها في المجتمع الأمريكي أن يصير المجتمع مرجعيَّة لما هو مقبول وما هو غير مقبول، مع الإشارة إلى أنَّ المجتمع مليء بالأفكار والعادات الخاطئة بمقياس الدين والعقل، وبالتالي: لا يُمكن اتخاذه مصدراً للصورة التي على الإنسان أن يضع نفسه فيها.

وهذا المعني عبَّر عنه «مارتن لوثر كينج» في إحدى خُطبه، حيث قال: «علم النفس الحديث يستخدم كلمة مُعيَّنة أكثر من سواها، هي كلمة غير متكيف maladjusted، وبالطبع كُلُّنا يرغب في أن تكون حياته سليمة، ولا أحد يرغب في أن يُعاني من الشيزوفرينيا (الفصام) والذهان، ولكن هناك أشياء في مجتمعنا وعالمنا أفخر بأن لا أتكيَّف معها، فأنا لا أنوي أن أتكيَّف مع الفصل والتمييز العنصري، ولا أنوي أن أتكيفَ مع التعصُّب

الدينيِّ، ولا أنوي أن أتكيَّف مع نُظُمٍ اقتصاديَّة تأخذ الأساسيات من الأغلبيَّة؛ لتمنح كماليَّات للأقليَّة.

اتجاه «أنَّا فرويد» ـ المبني على التحليل النفسي والداعي لتقييد الناس بما يفرضه المجتمع ليعيشوا حياة سوية ـ لاقى أكثر من تهديد، مثل «مارلين مونرو» التي كانت تخضع لعلاج لدي مُحلِّلين نفسيين، ثُمَّ انتحرت (أو قُتلت، فالموضوع غير مُؤكَّد). زوج «مارلين مونرو» السابق «آرثر ميلر» الأديب الأمريكي الشهير خضع للتحليل النفسي، ثم خرج ليقول: إنَّ التحليل النفسي وسيلة للسيطرة على الإنسان، تُقيِّده بدلاً من تحريره، وهو محاولة لصنع الإنسان السوبر (الذي تحدث عنه نيتشه، وكان أحد الأفكار المُؤسسة للفكر النازي)، والذي لا يُمكن الوصول إليه؛ لأن الإنسان ببساطة لا يُمكن أن يكون إلَّا كما ترغب نفسُه لا ما يرغب فيه مجتمعه.

الضربة القاصمة لأفكار «أنَّا فرويد» جاءت من فتى وفتاة، ابني إحدى صديقاتها، والذين كانا يخضعان لعلاج نفسي على يديها، ففي البداية كان العلاج مُبشِّراً، وتمَّ استخدامهما كدليل على صحة نظريات «أنَّا فرويد» التي استطاعت أن تُعلِّم الطفلين كيف يتكيَّفا مع **المجتمع**، ويكبتا رغباتهما ومشاعرهما وأفكارهما حتى يكبرَا ليتزوجا ويعيشا حياة اجتماعية سويَّة، وبمرور الوقت صار الفتى مدمن كحول، ثم مات من إدمان الكحول، والفتاة انتحرت في أثناء زيارة كانت تقوم بها لـ «أنا» في إنجلترا، وانتحرت في البيت الذي عاش فيه «فرويد» آخر أيامه!

وفي نهاية الستينات خرج «هربرت ماركوز» ناقداً لشكل المجتمع هذا الذي تمَّت السيطرة فيه على الفرد سيطرة كاملة، حتى في شكل أفكاره ومشاعره، وكان ماركوز أحد أفراد مدرسة فكريَّة تنتمي إلى الفكر الماركسي، والتي تُحاول نقد كلِّ ما هو وضعي من علوم مرتبطة بالسُّلطة وتفكيكها تماماً، تُعرف باسم: «مدرسة فرانكفورت»، أو «النظرية النقدية»[(١)].

وبِناءً على أنَّ ما سبق من تحكُّمٍ في الجماهير كان بالأساس قد بُني إلى حدٍّ بعيد على رؤية «غوستاف لوبون»، لذلك؛ فإنَّ مدرسة فرانكفورت التي خرج من خلالها «هربرت ماركوز» قد أقرَّت بهذا التأثير الملحوظ لكتابات «لوبون»، **فيقول «هاشم صالح»**: «وحتى مُؤسِّسو مدرسة فرانكفورت الشهيرة لم يأنفوا من ذكر اسم «لوبون» على الرُّغم من تقدُّميَّتهم، بل والثناء عليه وعلى أعماله، فقد كتب «أدورنو» و«هوركهايمر» يقولان: بعد تجارب العقود الماضية ـ أي: الحرب العالمية ومجازرها ـ ينبغي أن نعترف بأنَّ أطروحات «غوستاف لوبون» قد تحقَّقت إلى درجة مُدهشةٍ، على الأقل بطريقة سطحيَّة، حتى ضمن إطار الحضارة التكنولوجيَّة الحديثة التي كُنَّا نتوقع أن نجد فيها جماهير أكثر استنارة»[(٢)].

وكان «ماركوز» كذلك أحد علماء النفس الذين درسوا

---

(١) فيلم وثائقي نشرته شبكة BBC الإخباريَّة بعنوان: "The century of self" ترجمة: «محمد عادل».

(٢) **«سيكولوجيا الجماهير»**، غوستاف لوبون، ص(٢٠).

التحليل النفسي وعملوا مع الحكومة الأمريكيَّة في مشروعات الدعاية المضادة للنازيَّة، فخرج «ماركوز» برأي: أنَّ التحليل النفسي سمح للشركات بصنع الإنسان ذي البعد الواحد، الذي يتمُّ التحكُّم به من خلال رغبات ودوافع محددة مشتركة بين البشر جميعاً، وأنَّ محاولة قَوْلبة الإنسان في نموذج يقبله المجتمع ليس أفضل نظام للحياة»[١].

ومن هنا ظهر اتجاه فكري جديد في المجتمع الأمريكي قائمٌ على رفض هذا الاندماج غير العقلاني في **المجتمع**.

ومن أجل فهم كيف قام التيار الرافض للاندماج الغير عقلاني في المجتمع الأمريكي، علينا أن نمر ولو سريعاً على أهم الأفكار الخاصة بمدرسة فرانكفورت، فيما يتعلَّق بنقد فكرة اندماج الفرد في المجتمع.

---

(١) فيلم وثائقي نشرته شبكة BBC الإخبارِيَّة بعنوان: "The century of self"! ترجمة: «محمد عادل».

الفصل الثالث

مدرسة فرانكفورت ونقد الواقع

لـم تكن نشأة النظرة النقديَّة بالطبع وليدةَ الصدفة، ولكنَّها جاءت نتيجة الظروف التي أحاطت بها.

أهم السمات الفكرية لمدرسة فرانكفورت:

لـم تقم مدرسة فرانكفورت بالرجوع إلى فكر فيلسوف أو عالـم اجتماع واحد، ولـم يساير رُوَّاد النظريَّة النقديَّة التقاليد التي كانت موجودة في تلك المرحلة بالاعتماد على منهج واحد، أو اتباع طريق مُفكِّر واحد، بل قام الرُّوَّاد الأوائل بالمزج بين الكثير من العلوم الاجتماعيَّة، والانطلاق من مُفكِّرِين مختلفِين، وفي بعض الأحيان متعارضِين في أطروحاتِهم، الأمر الذي أكسب مدرسة فرانكفورت قيمة علميَّة مكَّنتها من تسيُّد الفكر الفلسفي المعاصر من خلال مختلف الإشكالات التي تثيرها.

وكان «هوركهايمر» في خطابه الافتتاحي قد وضع برنامج بحث للنظريَّة النقديَّة بناه حول العَلاقات بين مجالات ثلاثة:

(١) تنظيم المجتمع الاقتصادي والسياسي.

(٢) علم النفس الذي يُشكِّل أساس تكامل المجتمع. (وهذا ما أشرنا إليه آنفاً أنَّه كان سِمة المجتمع الأمريكي)، إذ كانت النظريَّة النقديَّة دائماً تربط بين العلوم الاجتماعيَّة والفلسفة.

(٣) ظاهرة الثقافة الجماهيريَّة، ووقت الفراغ، وأسلوب الحياة[١].

وقد رأى هوركهايمر أنَّ المنظومة تقوم بعمليَّة جراحيَّة للمجتمع؛ لتصبَّه في قالب واحد، هذا القالب قد يبدو عقلانيّاً وإنسانيّاً من النظرة الأولى غير المتفحصة أو المتأملة، إلَّا أنَّه في حقيقة أمره قالب غير عقلاني بالمرة، ويصبغ الفرد فيه بنوع من العبوديَّة الفكريَّة والنفسيَّة، بل والجسديَّة في أحوال كثيرة.

ولأجل ذلك وأمور أخرى: فقدِ اهتمَّ أغلب رُوَّاد المدرسة النقديَّة، كما فعل «هوركهايمر» بالعقل، حيث رأوا أنَّه إذا كان العقل يفترض الحرية؛ لأنَّ العقل يعني القدرة على التوجه بالذات نحو تقرير حياتها الخاصة، فالحرية كذلك من جهة أخرى تفترض العقل؛ لأنَّنا لا نستطيع أن نقرِّر ما الذي يُمكن أن تكون عليه الحياة الأفضل والأكثر انعتاقاً إلَّا من خلال إعمال العقل[٢].

إلَّا أنَّ «هوركهايمر» كان يخشى أن يكون العقل في حالة «دنيوية»، بسبب استغراقه في قضايا **المجتمع** الراهنة، التي أصبحت كل شيء بالنسبة لعمل العقل.

وعندما كان الفرد يتعامل مع **المجتمع** على أنَّه **واقع** بفعل التطور والتقدُّم، وأنَّه عليه أن يتطوَّر معه، وإلَّا وضع نفسه في تلك الصورة الغير مقبولة اجتماعيّاً، دفعه ذلك لأنْ يتقبَّل المجتمع

---

(١) **«النظرية النقديَّة»**، آلن هاو، ص(٥٢).

(٢) **المصدر السابق**، ص(٢٤).

على أنَّه تنظيم ثابت لا ينبغي تغييره ولا نقده، ولو تأمَّل قليلاً لوجد أنَّ كل ما يطلبه هذا المجتمع مبني على لاعقلانيَّة شديدة.

ومن هنا كانت النظريَّة النقديَّة تعتمد على التأمل، وعلى أنَّه عنصر حيوي من عناصر العقل، والشخص المتأمِّل هو مَن لا يقبل على نحوٍ عقائديٍّ جامدٍ هذا المظهر أو ذاك على أنَّه كلٌّ ما هنالك، بل يُدرك أنَّ المظاهر تعكس صورة عَلاقة تاريخيَّة محددة بين الذات والموضوع.

فإنَّ النظريَّة النقديَّة تنظر إلى التأمل نظرةً إيجابيَّة، ولا تقتصر على تلك العَلاقة البائسة القائمة على الوقائع وحدها... وترى أنَّ الوقائع ينبغي أن تُفهم، لا بوصفها معطاة، بل من حيث الظروف التي أنتجتها[1].

فلكي تُوجد العدالة الإنسانيَّة، ولكي تكون عدالة أصلاً، لابُدَّ أن تشير إلى إمكانيَّة الإنصاف، وإحقاق الحق والمساواة، ولا يكفي كتابة مواد دستوريَّة تُؤسِّس للمساواة، وأن يُنادى بها على الدوام من خلال أجهزة الإعلام المختلفة، على الرُّغم من أنَّ **المجتمع** تسوده الطبقيَّة، حيث تنظر فيه الطبقات إلى بعضها البعض كأنَّها شُعوباً مختلفة، أو عناصر دنيا تخدم العناصر الأعلى.

ويتَّضِح ممَّا سبق لماذا كان من أهم السمات الراسخة الفكريَّة لمدرسة فرانكفورت معارضة الشكل الذي عليه المجتمع،

---

(١) **المصدر السابق**، ص(٢٨).

«فإنَّ «هوركهايمر» يرى أنَّ الفلسفة الاجتماعيَّة المعاصرة بأشكالها المتنوعة قد عارضت الاتجاه الوضعي، الذي ينزع إلى تجريد الإنسان من صفاته الإنسانيَّة، وإلى رؤية الحياة الإنسانيَّة بمصطلحات علميَّة وحسب، وحاولت أن تنقذ الفرد من اختبار الحياة على أنَّها مجرد «خليط اعتباطي»، إلَّا أنَّها لم تنجح لاعتبارات أخرى ليس هذا موضعها»[١].

وبما أنَّ مدار البحث على وسائل ضبط المجتمع من خلال وسائل الإعلام؛ فإنَّ النظريَّة النقديَّة قد قامت بالفعل بنقد مظهر وسائل الإعلام الجماهيريَّة، فإنَّها تفترض أنَّ وظيفة وسائل الإعلام هي مساعدة أصحاب السلطة في المجتمع على فرض نفوذهم، والعمل على دعم الوضع القائم، ولذلك كانت دراساتهم النقديَّة للأوضاع الإعلاميَّة، وانتشار الثقافة الجماهيرية بدلاً عن الثقافة الراهنة؛ لوضع تفسيرات خاصَّة بمحتوى وسائل الإعلام؛ للترويج لمصالح الفئات المسيطرة على المجتمع.

ويبدو من خلال رؤية «مدرسة فرانكفورت» أنَّ الآلية التي استخدمت كانت تتجه إلى تزييف الثقافة الجماهيريَّة، التي تحوَّلت بفعل وسائل الإعلام إلى نوع من الصناعة، تلك الصناعة للثقافة أصبحت الفاعل الرئيس في التغير النفسي المجتمعي، وإن كانت السلع كما أشار «ماركوز» و«أدورنو» أصبحت الوسيلة المستخدمة لتهدئة الجماهير، فكان ولابُدَّ أن يتحوَّل كلُّ شيء إلى سلعة،

---

(١) المصدر السابق، ص(٣٧).

فأصبحت الثقافة أيضاً من ضمن السِّلع، ولترويج هذه السلعة تمَّ استخدام الفيلم والأغنيَّة والإعلان.

يقول آلن هاو: «والتغيرات في علم النفس الاجتماعي، غدت تخدمها الآن سيرورة ثالثة: إغراء صناعة الثقافة، وهذا ما دفع «أدورنو» بشكل خاصٍّ ـ كما دفع سواه، كل على طريقته ـ لأنْ يُسلِّط تحديقته المدمرة على الأفلام والمذياع والتلفاز والموسيقا الشعبيَّة والصحف»(١).

فيرى «أدورنو» أنَّ الثقافة الشعبيَّة لا يجب أن تُفرض على المجتمع من خلال المذياع أو السينما أو التلفاز، «ولكن الثقافة الشعبيَّة بالفعل هي الثقافة التي تنبُع من حيوات أولئك الذين ينتجونها»(٢).

نعم، لابُدَّ وأن تكون الثقافة نابعة من الحياة، منعكسة على الشاشة لا العكس، ولذلك ما كان يقوم به الجهاز الإعلامي ـ ولا يزال ـ هو أن يعرض للمجتمع نمطاً كاملاً للحياة من خلال الإعلان والفيلم والأغنية، ويتكوَّن هذا النمط من شكل الرجل في المجتمع، وصفاته الجسدية والأخلاقيَّة، بالإضافة إلى تصفيفة شعره، ونوعيَّة ملبسه، والعطر الذي يستخدمه، ونوع الموسيقى التي يستمع لها، والسيارة التي يركبها، والطريقة التي يتعامل بها مع أصدقائه، والكلمات التي يتلفَّظ بها، والحركات التي يقوم

---

(١) **المصدر السابق**، ص(٦٢، ٦٣).

(٢) **المصدر السابق**، ص(١٠٧).

بها، وطريقة مشيه، نعم، يُعرض على المشاهد كلُّ شيء بتكرار وتنوُّع عجيب لنفس النمط، ففي ذلك الفيلم يكون النمط لـ «رجل بوليسي»، وفي ذاك لـ «مجرم طيب القلب محبوب»، وفي الأغنية «نجم مشهور»، حتَّى يظنَّ كلُّ فرد من المجتمع أنَّ هذه الصورة هي صورة المجتمع الطبيعيَّة، إلَّا أنَّ العيب قد يكون فيه هو بسبب حالاته الماديَّة أو الاجتماعيَّة، أو صورته التي خُلق عليها والتي ينبغي عليه أن يُغيِّرها سريعاً، حتى لا يختلف عن الصورة التي عليها المجتمع، أو في أشد الحالات تفاؤلاً يظنُّ أنَّ هذه الصورة هي التي ينبغي أن يكون عليها المجتمع!

يقول «أدورنو» في كتابه هو و«هوركهايمر» «ديالكتيك التنوير»: «لا تدعُ السينما الناطقة أيَّ مجال للخيال أو التأمل من طرف الجمهور، الذي يكون عاجزاً عن تقديم أيِّ ردٍّ، أو استجابةٍ ضمن بنية الفيلم، فهو يحيدُ عن تفاصيله الدقيقة دون أن يضيع منه خيط القصة، وهكذا يدفع الفيلم ضحاياه لأنْ يقيموا ضرباً من المساواة المباشرة بين هذا الفيلم والواقع»[1].

بل إنَّ «أدورنو» يرى أنَّ الفرد في المجتمع أصبح يُوصم بالجهل، ليس فقط لأنَّه لا يملك القدرة على الكلام عن الطراز الحديث، بل لأنَّه لا يسير على هذا الطراز، فأصبح مجرَّدُ عدم السير مع الموضة التي تُفرض على المجتمع والتي يُظَنُّ أنَّه هو الذي فرضها، أصبح جهلاً!

---

(١) **المصدر السابق**، ص(٦٣).

وما سبق يشرح معنى «صناعة الثقافة» عند «أدورنو»، فالمطلوب الآن: أن نُفكِّر كما يُفكر النجوم الجُدد، وأن نتعلَّم منهم ما معنى أن نصبح أفراداً أسوياء في المجتمع الذي سرعان ما ينصبغ بالشكل الجديد الذي ظهر به النجم على الشاشة، ويحدد «أدورنو» أنَّ مشكلة «صناعة الثقافة ليست في أنَّها تخدع الناس وحسب، بل لأنَّها تعرض هذا الخداع على أنَّه ضرب من التنوير»[١].

المهم: إنَّ كل ما في المجتمع أصبح مرتبطاً بالسلع، حتى الأفراد، فالغني كما يشتري سيارة يشتري امرأة جميلة تتناسب مع مكانته، والمرأة بدروها أصبح الحفاظ على رشاقتها ونحت جسدها أمراً مهمّاً للحفاظ على نفسها لا من الناحية الروحيَّة أو العقليَّة، بل كمنتج يتم عرضه، ويُدفع مقابله الكثير أو القليل من الأموال حسب درجة تقييم المجتمع لها، والعامل أصبح أداة على حسب كفاءته ومهارته يُباع ويُشترى، بالإضافة إلى المنطقة الراقية التي يختلف فيها سعر المسكن لا لمنافعه ومساحته، بل لرقي الحي الذي فيه.

وحتى لا يطول الكلام: فإنَّ المعيار لدرجة مناسبة الفرد للمجتمع هو ما يمتلكه من أدوات ودرجة رقي وعصرية أدواته.. مِمَّا جعل الفكر ليس إلَّا شيء لا قيمة له في تحديد أهميَّة الفرد في هذا العصر..، وبالتالي لأجل أن تتملك يجب أن تستهلك؛

---

(١) **المصدر السابق**، ص(١١٧).

لأنَّك إذا استهلكت فأنت موجود، نعم، حاول أن تنسى قليلاً أو حتى كثيراً: «أنا أفكر.. فأنا موجود»؛ لأنَّه الآن: «أنا أستهلك.. فأنا موجود»، وستنال الاهتمام المفروض عليك، والذي تحسب أنَّك أنت الذي تريده:

الاهتمام من المجتمع، والاهتمام من المصنع، والاهتمام من التُّجار، ارتبط وجودك بدرجة أو بأخرى باستهلاكك، فكُلَّما زاد الاستهلاك؛ كُلَّما أثبتَّ وجودك أكثر فأكثر، إلى أن تحوَّل الأمر إلى ما يُشبه الجنون.

يجب وأن تستهلك وتستهلك حتى من غير حاجة فعليَّة، فلا ينبغي أن تتوقف عن الاستهلاك؛ لأنَّه هو فقط ما يضمن لك الشعور بالبقاء.

ولقد قال «لوبون»: إنَّه لابُدَّ من إيجاد حلّاً ـ على الدوام ـ للإشكالات التي تطرحها نفسيَّة الجماهير إذا أرادت السُّلطة أن تُبقي الجماهير بلا معارضة، وهذا ما تمَّ على يد «بيرنيز» في إيجاد آلية يُمكن من خلالها التهدئة الدائمة للجماهير، وهذا ما تنبَّه له «ماركوز» و«أدورنو»: «أنَّ استهلاك السلع هو العنصر الأساس في تهدئة الجماهير، ويستندَا ـ في ذلك ـ على أعمال فرويد ـ التي استفاد منها بيرنيز لوضع الأُسس النفسيَّة لعلم التسويق الجديد ـ، بأنَّ الشعب يُستمال ويُسيطَر عليه من خلال استهلاك مقادير من السلع المتزايدة أبداً، مع وعد بأنَّ مثل هذا

الاستهلاك يُساوي الحرية، ويأتي بالسعادة»[1].

ومن هنا تُعتبر مُؤسَّسات الرفاه الاجتماعي في المجتمعات الحديثة أحد أهم وسائل السيطرة على حياة الذين ينعمون بفوائدها ومزاياها، بفضل هيمنتها على مستوى معيشتهم والتي من صورها بطاقات «الماستر كارد» و«الفيزا» التي تُمكِّن الإنسان من الوصول إلى السلعة في أي لحظة وفي أي مكان، حتى ولو كان جالساً في بيته من خلال «الإنترنت»، فبدلاً من أن يكون الإنسان أسريّاً في بيته واجتماعيّاً في الخارج، يتحوَّل إلى كائن مُستهلك على الدوام، وهكذا يتحوَّل التحرر من الحاجة الماديَّة ـ الشرط المسبق لكُلِّ أشكال الحُرِّيَّة ـ ليصبح هو نفسه أساس العبوديَّة، وكُلَّما ازداد استهلاك الناس للسلع، الذي كان من المفروض أن يوسِّع نطاق عالـم الحُرِّيَّة، ازداد إدمانُهم لهذه السلع واحتياجُهم لها، ومن ثَمَّ ازداد عالـم الضرورة اتِّساعاً، وضَمُر إحساسُهم بالحُرِّيَّة وشعورُهم بالمسئوليَّة.

وقد أشار «هوركهايمر» إلى النظام الاستهلاكي الجديد مُستخدِماً أفكار فرويد عن البقاء وحفظ الذات، وأن ظهور الرأسماليَّة الاحتكاريَّة الأشد تنظيماً قد اضطر الأفراد، الذين أرادوا الحفاظ على بقائهم لأنْ يُصبحوا مُندمِجين في المنظومة أكثر فأكثر، فأصبحوا يتقبَّلون استغلالهم ذلك التقبل العميق بوصفه شرطاً ضروريّاً لبقائهم، وصار عليهم أن يتعلَّموا المرونة والتكيُّف

---

(١) **المصدر السابق**، ص(١٣١).

مع الواقع، أمَّا السبب المنطقي لهذا الانحدار في الفرديَّة: هو اختزال العقل إلى وظيفته الأداتيَّة، فعليه أن يجعل نفسَه مذعاناً سهل الانقياد، وأن يكون عقلانيّاً بما يكفي لأنْ يخضع، ولا يهتم بقضايا يُمكن أن تتطلب ذلك التفكير الواسع العريض[(١)].

وهنا يقوم «عبد الوهاب المسيري» بتوضيح المقصود بالعقل الأداتي، فيقول في موسوعته «العلمانية الجزئية، والعلمانية الشاملة»[(٢)]:

«والعقل الأداتي: هو العقل الذي يلتزم ـ على المستوى الشكلي ـ بالإجراءات دون هدف أو غاية، أي: إنَّه العقل الذي يُوظِّف الوسائل في خدمة الغايات دون تساؤل عن مضمون هذه الغايات، وما إذا كانت إنسانيَّة أم مُعادية للإنسان».

وما ينبغي التنبيه عليه: أنَّ النظام الاستهلاكي الجديد الذي دعَّمته وسائل الإعلام، هو الذي أنشأ مفهوماً جديداً عن الحاجات الإنسانيَّة، الذي حاول «ماركوز» لفت الانتباه إليه في التمييز بين الحاجات الحقيقية والحاجات الزائفة، فهو يرى أنَّ كل الأشياء التي نعتبرها حاجات، هي إلى حدٍّ بعيد نتاج ما يعتبره **المجتمع** حاجة، غير أنَّ بمقدورنا ـ وعلينا ـ أن نُميِّز الحاجة الزائفة، بوصفها شيئاً يُفرض على الفرد من الخارج، وشيئاً تفرضه القوى التي لها مصلحة في قمع هذا الفرد، وهذه الحاجات ما

---

(١) **المصدر السابق**، ص(٥٦).

(٢) **«العلمانيَّة الجزئيَّة والعلمانيَّة الشاملة»**، عبد الوهاب المسيري، ص(١٣٤).

هي إلَّا «نتاجات مجتمع يُضطر إلى القمع»، وسيأتي الكلام بالتفصيل عن هذه الجزئيَّة.

يزداد اتِّساع نطاق الحاجة للسلع كما يزداد إنتاجها، وتظهر الوفرة السلعيَّة، ولكنَّ الوفرة هنا هي في واقع الأمر شكل من أشكال القمع لأي اتجاه نحو التساؤل عن الهدف من الوجود والحاجة لتحقيق الذات، والبحث عن الحُرِّيَّة، وكُلَّما زادت الوفرة؛ زاد القمع؛ لأنَّ الدولة ومجتمع الوفرة قامَا بخنق الفرد واستيعابه تماماً في دورة الحاجات المتصاعدة اللَّامتناهية غير الضرورية، والتي يتمُّ إشباعها بشكل دائم، وذلك يُعَدُّ صدًى لجدليَّة الاستنارة عند «هوركهايمر» و«أدورنو»، فكُلَّما زادت معدلات الاستنارة، وزادت هيمنة الإنسان على الطبيعة؛ زاد ضُموره هو.

أهم الأفكار التي ناقشتها مدرسة فرانكفورت

طبعاً سيقتصر هذا الجزء على عرض أهم الأفكار المرتبطة بشكل المجتمع في عَلاقته بالمنظومة، وإلَّا فقد ناقشت المدرسة أفكاراً أُخرى إلَّا أنَّ هذا ليس موضعها.

أولاً: الاستهلاك: الفتشية السلعية و(المجتمع الاستهلاكي):

إن الفتشية بمعنى «التوثن» تشمل معنيين:

الأول: الاعتقاد بأنَّ شيئاً ما له قُدرة على تحقيق السعادة أو إجابة دعاء، كمن يعبد شجرة على أنَّها تسكنها روحٌ مقدسة.

الثاني: نوعٌ من استبدال الرغبة الجنسيَّة في شخص ما إلى أحد مقتنيات هذا الشخص، فمثلاً الفتى يعشق حذاء المرأة أكثر من عشقه للمرأة، قال كارل كراوس: «ما من مخلوق تحت الشمس أشد تعاسة من ذلك الفيتشي الذي يتشوق إلى حذاء امرأة، ويرضى به بديلاً عن المرأة كلها»[1].

---

(١) **«النظرية النقدية»**، آلن هاو، ص(١٠١).

«أما الفتشية السلعيَّة: فهي استبدال المنفعة التي تُقدِّمها السلعة، إلى مجرد امتلاك السلعة نفسها، حتى تتحكَّم السِّلعة في الإنسان بدلاً من تحكُّمِه فيها، وتصبح السِّلعة ذات قيمة محوريَّة في حياة الإنسان تتجاوز قيمتها الاقتصاديَّة وغرضها الاستعمالي، لكل هذا تصبح السلعة مثل الوثن»[1].

لقد كان الاستهلاك للسِّلع في الماضي هو وسيلة لغاية ما، وهي تحقيق سعادة الإنسان، أمَّا اليوم؛ فقد أصبح الاستهلاك غاية في حدِّ ذاته، فالإنسان اليوم مفتون بإمكانيَّة شراء المزيد من الأشياء الجديدة والأفضل، إذ أصبح فعل الشراء والاستهلاك هدفاً لاعقلانيّاً؛ لأنَّه غاية في ذاته، فشراء آخر موديلات «السيارات، والملابس، والآلات...» هو هدف كل إنسان، وتكون اللذة الحقيقيَّة لاستخدام هذه الأشياء ثانويَّةً بالنسبة للحصول عليها.

لقد حقَّق المجتمع الصناعي وفرةً في الإنتاج، ومن أجل تصريف هذه الوفرة يجب أن توازيها وفرة في الاستهلاك، وبالتالي ـ ومن أجل ترسيخ قيم الاستهلاك ـ تعمل الشركات الكُبرى من خلال الآلة الإعلاميَّة على توحيد الأذواق، فوفرة الإنتاج والاستهلاك ـ حسب رُوَّاد مدرسة فرانكفورت ـ تخدر المجتمع، وتجعله يكتسب مناعة ضِدَّ أيِّ تغيير نوعي، فالفرد في هذا المجتمع يعتقد أنَّ له قيمةً، وأنَّه حُرٌّ بمجرد أنَّه يستطيع أن

---

(١) «**العلمانيَّة الجزئيَّة والعلمانيَّة الشاملة**»، عبد الوهاب المسيري، ص(١٤٠، ١٤١).

يختار بين أنواع المنتجات الصناعيَّة لتلبية حاجاته (أنَّه حر في اختيار أسياده) حسب «ماركوز».

تدفع الرغبة في الاستهلاك كذلك الإنسان إلى تكوين رغبة مطلقة منفصلة تماماً عن حاجاته الحقيقيَّة، فالمجتمع الصناعي يعتقد أنَّه حُرٌّ في وقت فراغه، غير أنَّ وقت الفراغ أصبح هو الآخر خاضعاً للمنظومة الرأسماليَّة، فالإنسان اليوم يستهلك وقت فراغه في مشاهدة المباريات الرياضيَّة والأفلام السينمائيَّة... بطريقة لا تختلف عن استهلاكه للسلع، فالإنسان يستمتع بمشاهدة ما هو مفروض عليه أن يراه وأن يسمعه.

«وهذا ما دفع رُوَّاد النظريَّة النقديَّة ـ بعد ما شاهدوه من انحطاط للقيم الفرديَّة داخل المجتمع المتقدم، ومن انسحابٍ لحَقِّ الفرد في الاختلاف في النظام الشمولي أولاً، وفي النظام الرأسمالي ـ إلى إعمال العقل؛ لإعادة الاعتبار للفرد، ولتنشيط الفكر النقدي، وانطلاقاً من ذلك: عملوا على إعادة قراءة النص الفرويدي على ضوء تحوُّلات المجتمع الصناعي مُتسائلين عن دَلالات الرغبة والتصعيد اللَّاشعوري، وموقع الجنس في آليات الإغراء الحديثة، وعَلاقتها بالعمليَّة الإنتاجيَّة، وعن المعاني الجديدة التي يتخذها الحب»[1].

ثانياً: التشيؤ:

من الممكن وصف التَّشيُّؤ بأنَّه: تحوُّل ما ليس بشيءٍ مادي

---

(١) «فلسفة النقد ونقد الفلسفة في الفكر العربي والغربي»، ص(٦٥).

ليصبح شيئاً ماديّاً، بمعنى: أن ينطبق على الفكر مثلاً أو الثقافة أو الفن ما ينطبق على وصف الأشياء الماديَّة، مِمَّا يُغيِّر من طبيعة هذه الأشياء غير الماديَّة.

ويمكن القول ببساطة شديدة بأنَّ التَّشيُّؤَ هو: أن يَتحوَّلَ الإنسان مثلاً إلى شيء تتمركز أحلامه حول الأشياء، فلا يتجاوز السطح المادي وعالـم الأشياء، والإنسان المُتشيِّئُ إنسانٌ ذو بُعْدٍ واحد قادرٍ على التعامل مع الأشياء بكفاءة غير عادية من خلال نماذج اختزاليَّة بسيطة، ولكنَّه يفشل في التعامل مع البشر بسبب تركيبيتهم[(١)].

لا يُعدُّ ما سبق المفهوم الوحيد للتشيؤ «لقد عنى التشيؤ عند المُنظِّرين النقديين «إسباغ الشيئيَّة»، غير أنَّه كان يشتمل على معانٍ ضمنيَّة أخرى»[(٢)].

ولكن ما تمَّ عرضُه هنا هو ما يتعلَّق بالفرد في المجتمع، ونزع الإنسانيَّة منه، وصبغه بالشيئيَّة.

في مرحلة التشيُّؤ هذه قد يتحوَّل الفكر والفن وحتى الإنسان إلى شيء أو رقم أو سلعة تنزع الوجود والكينونة الإنسانيَّة.

فقد يركب أحد الشباب الجامعي الذي يقوم بتحضير نفسه ليكون مُعيداً في حافلة المواصلات الاعتياديَّة فإذا به ينظر على جانب السيارة ليجد شابّاً يركب سيارة مرسيدس، بدت عليه

---

(١) **«العلمانيَّة الجزئيَّة والعلمانيَّة الشاملة»**، عبد الوهاب المسيري، ص(١٤٠).

(٢) **«النظرية النقدية»**، آلن هاو، ص(١٠٢).

مظاهر الثراء، هنا يعمل التشيؤ في سلب كينونة الإنسان، عندما يقارن الشاب بينه وبين صاحب السيارة الفارهة، لا من خلال الفكر أو الروح، ولكن من خلال الشيئيَّة، فينظر إلى نفسه سريعاً على أنَّه «حافلة»، والآخر على أنَّه «مرسيدس».

إنَّ اتجاه المجتمع اليوم بتقييم الفرد فيه على حسب الأشياء وقيمتها السوقيَّة أصبح أحد المعايير الأساسيَّة في العَلاقة بين أفراد المجتمع، مِمَّا يُؤدِّي بطبيعة الأمر إلى أن ينظر الفرد إلى نفسه على حسب الأشياء التي يمتلكها، والتي تعبر عن وجوده، وهو بذلك يقيم نفسه باعتباره شيئاً ماديّاً وليس كإنسان.

الأمر الذي يدعو للاستغراب أن الأشياء التي يتمُّ تقييم الفرد من خلالها لا تكتسب قيمتها من نفعها، بل إنَّ الأشياء الأعلى سعراً هي الأعلى قيمة.

يذكر «آلن هاو» أنَّ أحد مصانع المشروبات صنع مشروباً قليل الكحول حلو الطعم، **فجاءته نصيحتان**:

الأولى: أن يبيع المشروب في زجاجة كبيرة، وسعر زهيد.

الثانية: أن يبيع نفس المشـروب في زجاجات صغيرة تُشبه زجاجات العطور بسعر غالٍ.

فقام المُصنِّع بتبني الفكرة الثانية، وعندما تمَّ طرح المشروب إلى الأسواق تدافع اليه أفراد الطبقة الراقية على أنَّه نوع فاخر، لا لشيء إلَّا لسعره العالي[1].

---

(١) المصدر السابق ، ص(١٠٣).

وبالطبع كان الذي يتناول هذا المشروب كان يعد أعلى قيمة من الذي لا يستطيع تناوله، فهكذا كُلَّما زادت قيمة الأشياء التي يمتلكها الإنسان؛ زادت قيمته كذلك.

ثالثاً: الاغتراب:

يُعَدُّ الاغتراب أحد المفاهيم التي لا يُمكن تفسيرها بوضوح، بسبب تنوُّع استخدام مصطلح الاغتراب ما بين الكثير من العلوم كالفلسفة والاجتماع والنفس، كما تمَّ استخدامه كذلك في الروايات الأدبيَّة والأشعار، ما جعل المصطلح يرتبط بالكثير من المعاني والمفاهيم.

ولكن ما يعنينا هنا حتى لا يختلط المفهوم على القارئ: أنَّ الاغتراب الذي يصيب أفراد المجتمع يكون بسبب الحالة الاجتماعيَّة التي تحوَّلت فيها أرقى المعاني والمشاعر إلى أشياء كـ «الفن، والحب، والخدمة، والفكرة حتى الابتسامة»، ممَّا يدفع الإنسان إلى الافتتان أكثر بالأشياء، وتقلُّ مخالطته للبشر، ويبدأ في فقدان إنسانيَّته، مِمَّا يدفع نفسه إلى الشعور بالاغتراب.

إنَّ الاغتراب المرتبط بالاستهلاك في الأصل قام باستخدامه «كارل ماركس» ليدلَّ على الشعور الذي يصيب العامل في النظم الرأسمالية.

وهناك أربعة أشكال من الاغتراب في رؤية ماركس:

(١) الاغتراب عن منتجات العمل، التي لا تعود ملكيتها للعامل بل للرأسمالي، حيث توضع حياة العمال بالكامل في

صناعة أشياء لا يملكونها، وبداخل نظام لا يملكون السيطرة عليه، فيصبح جهدهم ذاته سلعة تُؤخذ منهم وتباع مثله مثل الأشياء التي ينتجونها، ويكون الفصل بين العمال ونتاج جهدهم في التاريخ الحديث، بحيث إنَّهم قد لا يكونون حتى على علم بما ينتجون، فقد أصبحت أماكن العمل أكثر تقسيماً وأقل اعتماداً على المهارة.

(٢) الاغتراب داخل عمليَّة الإنتاج نفسها، حيث يدخل العامل في مهنته داخل قيود العمالة بالأجر، وليس لإشباع رغبة حُرَّة، بل لإشباع رغبات مستقلة عن العمل نفسه، ونتيجة لذلك لا يصبح العمل عمليَّة مشبعة للذات، ولكن يتحوَّل إلى شرٍّ لابُدَّ منه، تعود ملكيَّة وسلطة التحكم في كل جانب من جوانب عمليَّة الإنتاج إلى الرأسمالي، بدءاً من تصميم المنتج والأشكال الأخرى من «العمل الذهني» إلى العمل اليدوي للعامل والمنتج الذي ينتجه، ويتم التعامل مع العمال كما لو كانوا تروس آلة، منخرطين في مهام رتيبة ومتكررة تهين أجسادهم وتدمر أرواحهم.

(٣) الاغتراب عن الوجود البشري؛ لأنَّ الطبيعة الأساسية للبشرية تكمن في القدرة على تشكيل وإعادة تشكيل العالم من حولنا وَفقا لاحتياجاتنا وقدراتنا الإبداعيَّة، ولكنَّنا محرومون من ذلك بسبب الطبيعة اللَّاإنسانيَّة للرأسماليَّة، وأشار ماركس إلى أنَّ هذا النوع من الاغتراب موجود أيضاً في الطبقة الرأسماليَّة، ولكن بطريقة مختلفة تماماً عمَّا يشعر به العامل.

(٤) اغتراب «الإنسان عن الإنسان»، نتيجة لتعميم الطبيعة اللَّاإنسانيَّة للرأسماليَّة في المجتمع، واستخدام جهد العمال كسلعة، بدلاً من أن يكون نشاطاً اجتماعيّاً واقتصاديّاً بنَّاء يُستخدم لتحسين المجتمع، ويخلق الرأسماليون في سعيهم وراء الربح الصراعات الاجتماعيَّة، حيث يحرضون العمال للتصارع فيما بينهم من أجل الحفاظ على بقائهم عندما يقلُّ نصيب العمال في قيمة إنتاجهم[١].

لكن مدرسة فرانكفورت رأت وجوب تطوير رؤية «ماركس» في علاقة الاغتراب بالطبقة العاملة فـ «قد فهم هوركهايمر، ومعه فلاسفة فرانكفورت، الماركسية على أنَّها العلم النقدي للمجتمع، وبالتالي، فمهمة الفلسفة هي متابعة العمليَّة النقديَّة، والتحري عن أشكال الاغتراب الجديدة»[٢].

ومن هنا نجد أن معالجة مدرسة فرانكفورت لهذا المصطلح تتجاوز ما قام به ماركس بالفعل، فإنَّها «تُؤكد أنَّ العُمَّال والمديرين في النظام الرأسمالي مغتربون؛ لأنَّهم محرومون من إشباع حاجاتهم الأساسية... سلوكياتهم مدفوعة بالمصلحة وليس بالحب، إنَّهم قد يكونون أطباء أو محامين، لكنَّهم بالتأكيد ليسوا بشراً.

(١) Jade Mccarroll a member of the International Socialist Group at University of West of Scotland. 18 December 2012 Translated into Arabic by Ahmed Bakr.

(٢) **«مدرسة فرانكفورت»**، توم بوتومور، ص(٢٠٦).

وفي هذا الإطار، تُؤكِّد النظريَّة النقديَّة على لسان «هابرماس»: أنَّه إذا كانت الماركسيَّة قد ركَّزت على الاغتراب الاقتصادي؛ فإنَّنا نرى اليوم الاغتراب الاقتصادي لم يعد هدفاً للنضال السياسي الذي يجب أن تمارسه الطبقة العاملة، ذلك لأنَّ هذا الاغتراب الاقتصادي يظلُّ قائماً في ظلِّ اغتراب ثقافي أوسع نطاقاً.

ولتكريس الاغتراب: يلجأ النظام الرأسمالي إلى آليات عديدة... خلق ما يُمكن أن يُسمَّى بالحاجات الكاذبة... وهي حاجات تصنعها **وسائل الإعلام**[١].

إذن فمشكلة الاغتراب اليوم ليست مرتبطة بالطبقة التي تقوم بالعمل الشاق، بل تشمل الكل، فالاغتراب صار مشكلة الإنسان المعاصر، سواء في ذلك الطبقات العاملة أم الطبقات المستهلكة، وكذلك الدول المستهلكة أم الدول المصنعة.

فإنَّ المنظومة حوَّلت الإنسان المعاصر إلى إنسان لا يعرف لنفسه معنى إلَّا من خلال الاستهلاك للأشياء، وبذلك يموت الإنسان وتحيا الأشياء، تلك الأشياء التي لا يشعر الإنسان بحريته إلَّا بها، وإن كانت هي سبب شقائه وسبب خضوعه، وإن توهَّم أنَّه لا يخضع لأي سلطة!

وهنا يكمن الخطر، فمن أجل أن يتمَّ تهدئة الجماهير أو السيطرة عليها، لابُدَّ وأن يزيد الإنتاج؛ ليزيد الاستهلاك، بل وأن يزيد الإنتاج على مستوى الاستهلاك، فيظنُّ الإنسان أنَّه غارق في

---

(١) **المصدر السابق**، ص(١٦٧).

السعادة مع أنَّه في الحقيقة غارق في التسلية والترفيه لعلَّه يجد السعادة، بينما يظلُّ متجنِّباً أو مصروفاً عن أحد أهم الأسئلة التي تشكل أهميَّة كبيرة لوجوده (ماذا يعنى الوجود بالنسبة له؟)، وهذا بالفعل يؤدي إلى موت الإنسانيَّة بأعظم معانيها.

وبوجود الإنسان في مثل هذا الاغتراب لا يهتم الإنسان، بمن قد يتضرر لأجل إنتاج هذه السلع، ولكن يبقى المهم أن توجد السلعة وبأي طريقة تكن.

والمأساة تكون عندما تقوم الدول المستهلكة بتهديد الغالبيَّة من الشعوب المصنعة بالاستعباد؛ لتستمر في فرض السِّلع لإخضاع المجتمع أكثر للمنطق الاستهلاكي.

ففي تقرير وثائقي أعدَّه «بيل ويرز» على شبكة تليفزيون ABC الأمريكية بعد انتحار ١٨ موظفاً في مصنع شركة «أبل Apple» نتيجة الضغط الشديد والمتواصل في العمل وقلة العائد المادي الذي يجنونه في مقابل هذا المجهود المضاعف، وأفصح التقرير أيضاً أنَّ المرتبات تبدأ من ١٨٠ جنيه إسترليني في الشهر، والذي يُعَدُّ مبلغاً ضئيلاً، حيث إنَّ العامل من هؤلاء إذا أراد أن يشتري أرخص أنواع الآي باد فعليه أن يوفر مرتب أكثر من شهرين، وأن هؤلاء العمال إذا وصلوا إلى الحدِّ الأقصى من ساعات العمل الإضافية والتي تقدر بـ ٨٠ ساعة في الشهر سيظلوا عاجزين عن دفع الضرائب المفروضة عليهم.

وقد أشارت تقارير سابقة أنَّ بعض العمال يعملون لمدة ٢٤ ساعة متواصلة، بينما هناك آخرون يقفون طوال مدة عملهم.

ومن ناحية أخرى أكثر مأساوية، كشف التقرير الوثائقي عن أن المسئولين عن المصنع الخاص بشركة «فوكسكون» المسئولة عن تصنيع (الآي فون، وآي باد، وكيندل، وبلاي ستيشن، والوي) قد وضعوا شباكاً علي المباني لمنع حالات الانتحار التي انتشرت في الفترة الأخيرة بين العُمَّال نتيجة للضغط العصبي المتواصل، وطول ساعات العمل، وضعف العائد المادي، وقد بدأ وضع هذه الشباك منذ عامين وبعد أن انتحر ٩ من العمال في خلال ٣ أشهر، وفي يوليو ٢٠٠٩م، انتحر أحد الموظفين بعد أن فقد نموذج لهاتف آي فون وحاول ١٨ عاملاً الانتحار علي مدار عامين بعدها، وفي ٢٠١٠م، أصيب ١٣٧ عامل بحالات تسمم نتيجة للمادة المستخدمة في تنظيف شاشات الآي فون، وفي مايو ٢٠١١م تُوفي ٤ عمال وأصيب ١٨ آخرين أثناء تصنيع أجزاء من الجهاز اللوحي آي باد[1].



(١) Bill Weir's exclusive report on ABC channel on how our Apple iThings are brought to life. 02/21/2012.

قد يبدو هذا التقرير مأساويّاً، ولكن هناك أبعاد أخرى للاستعباد الذي يتخذ زوراً مصطلح الوظيفة، مثل استخراج الألماس وتصنيعه، وربما تُعَدُّ هذه الصورة من أقبح أنواع الاستعباد على مرِّ التاريخ، حيث تتدخل المصلحة مع القوات المسلحة في إفريقيا لتسخير الكثير من الأحرار للعمل في هذا المجال من غير أجر، والحصول على زوجاتهم، وبناتهم بهدف التمتع الجنسي من قِبل الجنود، وإذا شاء ربك ومرض أحدهم فإنَّه يقتل ويُلقى في مقابر جماعيَّة أشبه بسلة المهملات.

لماذا لا تجد ردود أفعال للإنسان؛ لأنَّ أحداً لا يريد أن يعرف كيف يُصنع جهازه الـ i phone أو جهاز الـ Playstation، ولا عن الطريقة التي وصلت بها قطعة الألماس التي تُزين رقبة زوجته من شدة اغتراب الإنسان عن إنسانيته وعشقه للأشياء.

قد يصعب التفريق بين المفاهيم الثلاثة السابقة، ولهذا فمن الجيد عرض ما قاله «المسيري» في ذلك: «إنَّ هناك تداخلاً بين التشيُّؤ والتسلع من جهة، والاغتراب من جهة أخرى في أنَّ الاغتراب يشير إلى الجوانب التالية:

(١) فقدان الإنسان العَلاقة مع مشاعره الإنسانيَّة الدفينة العميقة واحتياجاته الإنسانيَّة.

(٢) إحساس الفرد بالعجز وشعوره بأنَّه غير قادر على التأثير في المواقف الاجتماعيَّة المحيطة به.

(٣) الإحساس بالعزلة وانفصال الفرد عن تيار الثقافة السائد.

(٤) الإحساس باللَّامعياريَّة وغياب المعنى»[١].

يرد «المسيري» كل هذه الظواهر إلى ظاهرة متفشيَّة في المجتمع الحديث وهي «التنميط»، ويطلق هذا المصطلح على ظاهرة معينة في الحضارة الغربيَّة، وهي أنَّ كثيراً من المنتجات الحضاريَّة أصبحت متشابهة ونمطيَّة بسبب الإنتاج الصناعي السلعي الآلي الضخم.

والتنميط في المنتجات الحضاريَّة يُؤدِّي إلى التنميط في أسلوب الحياة العامة والخاصة، فيقضي الإنسان حياته في سلسلة محكومة من روتين يومي مُنظم بمواعيد دقيقة متتالية معروفة مسبقاً (نوم ـ انتقال ـ وقت فراغ)، ثم يتمُّ تنميط حياة الإنسان نفسها، فالموضة ـ على سبيل المثال ـ تؤدي إلى أنَّ الناس كافَّة يغيرون طراز ملابسهم من عام إلى عام بحسب ما يصدر لهم من «أوامر» من باريس ـ وحتى في الدول التي لا تتبع الموضة العالمية، فإنَّ المتاجر هي التي تُحدد لهم ما يلبسون من خلال الملابس التي تطرح بهذه المتاجر، حتى إنَّك تتعجب من أن الغالبيَّة العُظمى من الناس تلبس نفس القميص والبنطال، وإن اختلفت الهيئة وتغير اللون ـ يسارع الناس إلى الإذعان، وكأنَّهم يذعنون لأحد قوانين الطبيعة، فإن كان ما تمَّ فرضُه من مُصمِّمي الأزياء أو ما لبسه أحد النجوم طويلاً، فإن الموضة هذا العام (الطويل) قام الجميع بلبس الطويل، وإن قِيل قصيراً ذهب الكل إلى قطع الطويل[٢]!

---

(١) **«العلمانيَّة الجزئيَّة والعلمانيَّة الشاملة»**، عبد الوهاب المسيري، ص(١٤٢).

(٢) **المصدر السابق**، ص(١٤٣) بتصرف.

وذلك كلُّه تمَّ من خلال وسائل الإعلام التي أشعرت الفرد بأنَّ هذه النمطيَّة هي الحياة الطبيعية، فكما قرأنا من قبل أنَّ «أدورنو» رأى أنَّ الناس يتهمونك بالجهالة؛ لأنَّك لا تلبس ما يلبسه أفراد الحياة النمطيَّة، ومن هنا ساعدت وسائل الإعلام في ظهور نوع أعجب من التنميط، وهو التنميط للداخل الإنساني، فأحلام الإنسان أصبحت كذلك أحلاماً نمطيَّة، فلن تكون غنيّاً حتى تمتلك هذه النوعية من السيارات، ولن تكون وسيماً إلَّا إذا كنت على شكل النجم فلان النمطي، أو لاعب الكرة، وهكذا إلى آخر الأمثلة.

رابعاً: إنسان البعد الواحد:

عندما قام «فانون» في كتابه «معذبو الأرض» في حكمه على دول العالم الثالث، قام كذلك «ماركوز» بمثل هذه الرؤية إلَّا أنَّها لم تكن موجهة إلى دول العالم الثالث، بل كانت موجهة إلى (أمريكا وأوروبا)، فبدل ما كانت صورة المعذب في الأرض في نظرة «فانون» مجتمع العالم الثالث، كانت نظرة «هربرت ماركوز» أن مجتمع الدول المتقدمة هي الصورة الحقيقية للمعذبين بالأرض.

ولكن يبقى هناك اختلاف بين إنسان «ماركوز»، وإنسان «فانون»، وعالم «ماركوز»، وعالم «فانون»، والفرق أن ما حاول كشفه «فانون»: لماذا باتت الثورة ضروريَّة وممكنة، بل حتميَّة في عالم بات يعي أنه ليس لديه ما يخسره سوى أغلاله؟ إلَّا أنَّ الطبقة العاملة الصناعيَّة الاشتراكيَّة ليست موجودة.

أمَّا ما حاول «ماركوز» كشف النقاب عنه هو لـماذا باتت الثورة مستبعدة، وغير محتملة، بل مستحيلة في عالـم يخشى أن يفقد امتيازاته مع الثورة؟

مع وجود الطبقة العاملة التي تستطيع أن تُشكل القوة الثوريَّة.

لكن يبدو أنَّ المجتمع ذا البعد الواحد لا يرى أنَّ الثورة قد تكون ضروريَّة، أو حتى مطلوبة في وجود نظام يُوفِّر كل الحاجات الإنسانيَّة بصورة مستمرة ومتزايدة، حتى ظهر في بعض المؤسسات اليوم بما يُعرف باسم exceeding expectations تخطي التوقعات للعملاء، فمثلاً لـم يطلب أحد من مستخدمي الهاتف المحمول إضافة (كاميرا) أو (مُشغل أغاني) إلى جهازه، ولكن الشركات تخطت توقُّعات المستهلك، فكيف يُمكن القول إنَّ مثل هذا المجتمع تتمُّ السيطرة على أفراده، بل وعليهم أن يثوروا عليه؟

لكن هل هذه الحاجات التي يُلبِّيها النظام لذلك المجتمع هي حاجات حقيقيَّة أم كاذبة؟!

حاجات إنسانيَّة حقّاً وتلقائيَّة، أم حاجات مُصطنعة اصطناعاً ومفروضة فرضاً؟

وهذا ما لا يُشكِّل الْتباساً لدى ماركوز: إنَّها حاجات وهميَّة من صُنع الدعاية والإعلان، ووسائل الاتصال الجماهيري، هذه الحاجات التي يحرص عليها المجتمع تُعَدُّ خير وسيلة لخلق الإنسان ذي البعد الواحد في مجتمع ذي بعد واحد، الذي استغنى عن الحريَّة بوهم الحريَّة.

وهذا ما يصبغ اللَّاعقلانية بالعقلانيَّة، هذا المجتمع الذي يجعل الفرد المخالف له يعتبر مريضاً نفسيّاً لا في نظر المجتمع فحسب، بل في نظره هو بالذات.

المجتمع المُتقدِّم لم يُزيِّف حاجات الإنسان الماديَّة فحسب، بل زيَّف أيضاً حاجاته الفكريَّة، هل تمَّ ذلك بقصد أم لم يكن؟ لا يهم، ولكن ما يهمُّ فعلاً هو أنَّ الفكر هو العدو اللَّدُود لمجتمع السيطرة؛ لأنَّه يمثل قوة العقل النقديَّة، التي تتحرك دائماً تجاه ما ينبغي أن يكون لا ما هو كائن.

فبتزييف الفكر لا يستطيع الإنسان الاعتراض على ما ينبغي الاعتراض عليه، فإنَّ العالم الذي يكون فيه الإنسان ذو بعد واحد هو عالم استبدادي يملك تلك القدرة الخفيَّة على وأد أيِّ محاولة لمعارضته ونفيه، بل ويملك القدرة على تعبئة كلِّ الطاقة الإنسانيَّة الجسديَّة والروحيَّة للدفاع عن هذا العالم(١)!

ولعلَّ من أهم صور تزييف الفكر الإنسانيِّ في المجتمع الحديث والتي ألقى «ماركوز» عليها الضوء في بداية مؤلفه «الإنسان ذو البعد الواحد»، هو خلق عدوٍّ مدمِّرٍ خطره متوقع بين لحظة وأخرى؛ لتعطيل فكر المجتمع عن مواجهة أيِّ خطر أخر قد يهددها.

فيقول: «إنَّ المجتمعات لا تنقُد ولا تهتم بما قد يهددها، بسبب التهديد الدائم المفترض من الغرب للشرق ومن الشرق

---

(١) راجع: مقدمة «الإنسان ذو البعد الواحد».

للغرب، ولأنَّ المجتمعات تعيش في حالة تأهُّب دائمة لمواجهة الخطر الخارجي، فيُباح لها تصنيع الأسلحة ودعم صناعتها بالضرائب والتبرعات لحفظ الأمن»[1].

على الرغم من أنَّ مثل هذا الشكل لابُدَّ وأن ينقد أو يعارض؛ لأنَّه لاعقلاني بالمرة، فكيف يكون الوضع الثابت والمستقر للمجتمع (أن يحيا ويموت تحت راية العقلانيَّة والإنتاج وهو يعلم أن الإبادة ـ لشعوب أخرى ـ هي ضريبة التقدُّم كما أنَّ الموت هو ضريبة الحياة، ويعلم أنَّ التدمير والكدح ضروريان كشرط مسبق للتلبية والفرح»[2].

لذلك؛ فإنَّ «ماركوز» يرى أنَّ «ما هو كائن لا يمكن أن يكون حقيقيّاً»، فهو يرى أنَّ العالم الذي نحيا فيه «يجب أن يعقل ويُحوَّل، بل أن يُقلب رأساً على عقب؛ ليصبح ما هو كائن فعلاً»[3].

ويُؤكِّد ماركوز أن معرفة الحقيقة لن يكون مُمكناً في مجتمع لا يريد المرء فيه سوى كسب معاشه وضعه أشبه بوضع العبد؛ لأن الإنسان الذي يعقل هو الذي أتقن التأمل المحض، أي: إنَّه الفيلسوف ورجل الدولة، **يقول «ماركوز»**: «إن التصور الكلاسيكي يُوجب أن تظلَّ حرية الفكر والقول امتيازاً طبقيّاً ما دامت العبودية

---

(١) **«الإنسان ذو البعد الواحد»**، هربرت ماركوز، ص(٢٥).

(٢) **المصدر السابق**، ص(١٨٣).

(٣) **المصدر السابق**، ص(١٦٣).

قائمة، وصحيح أن الحقيقة التي يعرفها والتي يعرضها ـ رجل الدولة أو الفيلسوف ـ قابلة لأن يفهمها ويعرفها كل إنسان»[1].

«لذا فإنَّ الوصول إلى الحقيقة يظل مشروعاً مضمراً وافتراضيّاً مادام الإنسان لا يعيش في الحقيقة ومع الحقيقة، وهذا الشكل من الحياة محظور على العبد، ومحظور على جميع الذين يقضون حياتهم في تأمين أشياء الحياة الضرورية»، ويقصد بالضرورة هنا ليست الضرورة الحقيقية، بل المصطنعة من قبل النظام[2].

هكذا كان «ماركوز» ينظر إلى المجتمع أنَّه تمَّ تحويل الغالبيَّة العُظمى فيه إلى عبيد ولو لم يكونوا على هيئة العبيد المعهودة.

نظرة «ماركوز» كانت متشائمة لأبعد حد، حتى قال: «إن النظريَّة النقديَّة لا تستطيع أن تبرر عقلانيّاً ضرورة تجاوز هذا المجتمع»[3].

وذلك يرجع إلى أسباب من أهمها:

(١) أن الطبقات التي كانت تؤثر في العمليَّة السياسيَّة (البرجوازية ـ البروليتاريا) تمَّ تشويهها بسبب الاندماج في المجتمع المعاصر.

(٢) إنَّ المجتمع الصناعي يُعطل النقد؛ لأنَّ المجتمع

---

(١) المصدر السابق، ص(١٦٩).

(٢) المصدر السابق، ص(١٧٠).

(٣) المصدر السابق، ص(٣٠).

المعاصر والتقدم التقني ينشئ نظاماً كاملاً من السيطرة يخلق أشكالاً للحياة والسلطة تبدو وكأنَّها منسجمة مع المعارضة، تبطل من خلالها الاحتجاج باسم تحرر الإنسان[١].

وهذا يرجع إلى «أنَّ مقولة «المجتمع» بالذات كانت تعبر فيما مضى (القرن التاسع عشر) عن الصراع الحاد بين الدائرة الاجتماعيَّة والدائرة السياسيَّة، وتُشير إلى المجتمع بوصفه نقيض الدولة، بينما كانت مصطلحات الفرد والطبقة الأسرة، تحدد دوائر وقوى لم تندمج بعد بالبُنى القائمة، أمَّا في المجتمع الصناعي في ظلِّ هذا الدمج تفقد هذه المصطلحات محتواها النقدي؛ لتصبح مصطلحات وصفية»[٢].

وهذه الصورة التي كان عليها المجتمع قديماً كان من شأنها أن توجد نوعاً حقيقيّاً من المعارضة التي لا تجد فرصة حقيقية للاندماج في صورة المجتمع الجديد الذي أصبح مندمجاً بدوره بالمنظومة.

وبالفعل فإنَّ صورة المجتمع الجديد تجعل من الصعب تصور وجود معارضة حقيقيَّة للنظام في هذا المجتمع؛ لأنَّ النزعة الكليَّة الاستبداديَّة ليست مجرد شكل حكومي أو حزبي نوعي، إنَّما هو نظام نوعي إنتاجي توزيعه متوافق تماماً مع تعدد الأحزاب والصحف[٣].

---

(١) **المصدر السابق**، ص(٢٩) بتصرف.

(٢) **المصدر السابق**، ص(٣١).

(٣) **المصدر السابق**، ص(٣٩).

وبما أنَّ السلطة السياسيَّة لها القدرة على التحكم في النظام الإنتاجي، وهذه الإنتاجية تعبئ المجتمع على كتلة واحدة، حتى أصبحت القوة للآلة الإنتاجيَّة أكبر وأعظم من القوة الفيزيائيَّة لكلِّ فرد ولكل المجتمع ـ حتى بما في ذلك المعارضة ـ، وهذا في الحقيقة يفسر أن الآلة الإنتاجيَّة غدت أداة سياسية[١].

ويتَّضِح ذلك أكثر من خلال تعريف «ماركوز» للسياسة بأنَّها (هي الممارسة التي تتطور من خلالها المؤسسات الاجتماعيَّة الأساسيَّة وتتحدد وتستمر وتتبدل، أنَّها ممارسة الأفراد مهما تكن الصورة التي هم منظمون عليها»[٢].

إذن فجهاز الإنتاج، ليس مجرد حشد جمعي من الأدوات التي يُمكن عزلها عن مقتضياتها الاجتماعيَّة والسياسيَّة، ففي مثل هذا المجتمع يقوم جهاز الإنتاج بتوسيع سلطته إلى أن يُصبح كُلِّيّاً، بمعنى أنَّه يحدد الحاجات الفرديَّة في الوقت نفسه الذي يحدد فيه النشاطات والمواقف التي تستلزمها الحياة الاجتماعيَّة، لذلك لـم يعد اليوم هناك معارضة بين الحياة الخاصة والحياة العامة، بين الحاجات الاجتماعيَّة والحاجات الفرديَّة، ومن الميل الكلي كذلك وصول هذا الجهاز إلى مناطق لـم تتطور التطور الكافي بعد[٣].

ولكن هذه الحاجات التي يحددها الجهاز الإنتاجي لن

---

(١) المصدر السابق، ص(٣٩).

(٢) المصدر السابق، ص(٢٦١).

(٣) المصدر السابق، ص(٣٢).

يكون المقصود منها إشباع حاجات حقيقية، وإنَّما هو نوع من السيطرة على الجماهير من خلال تحويل الفرد فيها إلى عبد وُضعت الأغلال على فكره ومخيلته من خلال مجتمع لابُدَّ وأن يقوم بإرضائه على الدوام ، **ولذلك يوضح ماركوز:**

«إنَّنا نستطيع أن نُمَيِّز بين الحاجات الحقيقية والكاذبة، فالكاذبة هي تلك التي تفرضها مصالح اجتماعيَّة خاصَّة على الفرد، تلك الحاجات التي تبرر العدوانية والبؤس والظلم والنتيجة لمثل هذه الحاجات هي الرفاه في الشقاء، فما اللهو والعمل والاستهلاك حسب إيحاءات الدعاية، وحسب ما يحبه الآخرون ويبغضه الآخرون إلَّا حاجات كاذبة في غالب الأحيان إلَّا أنَّها تُفرض فرضاً عجيباً، حتى رُبَّما تتحول من حاجات إلى ضرورات، ولا ريب أنَّ الحاجات التي لابُدَّ من تلبيتها في مثل هذه الفترة من الحضارة هي الحاجات الحيوية من ملبس ومطعم ومسكن»[١] .

ولقد أكد «ماركوز» على أنَّ الحاجات التي يجب إشباعها هي الحاجات الحيويَّة؛ لإخراج أفراد المجتمع من بؤس العمل المتواصل بغية تحسين الحالة الاجتماعيَّة الذي يساوى في الحقيقة، شراء سيارة جديدة أو مجموعة من الملابس التي تتماشى مع الموضة، أو هذه الماكينة، وتلك الستارة، وهذا الموقد، وذلك التلفاز. . . !

---

(١) المصدر السابق، ص(٤١).

وبالتالي؛ فإنَّ «فكرة الاهتمام بالحاجات الحيويَّة في ظلِّ هذه الظروف سيُقلِّل تدريجيّاً من وطأة العمل الشاقِّ والبُؤس، وسيضع معايير مقبولة من الجميع وبالإجماع، وللأسف لن يستطيع الإنسان في مجتمع البعد الواحد من تحديد حاجاته الحقيقية ما داموا خاضعين للتكيُّيف المجتمعي، ومحرمون من الاستقلال الذاتي، فأيّاً كان تحديدهم للحاجات لن يكون نابعاً منهم»[1].

ولكن لاتزال تكمُن الصعوبة في تحديد الحاجات والتمييز بينها؛ لأنَّ «السلع اليوم أصبحت تُقدم للمجتمع أفكاراً ومشاعر ممَّا يقضي على حافزهم إلى أن يفكروا ويشعروا ويتخيلوا بأنفسهم»[2].

إنَّ مثل هذا «المجتمع اكتسب الطابع العقلاني للَّاعقلانيَّة، أضفى المجتمع صفة الحاجة على ما هو زائد عن الحاجة، وعلى تحويل الهدم للطبيعة بناء، حوَّل عالم الأشياء إلى بُعد آخر للجسم والروح الإنسانيين، فالناس في هذا المجتمع يتعرَّفون على أنفسهم في بضائعهم، ويجدون جوهر روحهم في سيارتهم وجهازهم التلفزيوني الدقيق الاستقبال، وفى بيتهم الأنيق، وأدوات طبخهم الحديثة»[3].

وهنا يظهر معنى مهم قد يكون غائباً، إلَّا أنَّ غيابه يرجع

(١) **المصدر السابق**، ص(٤٢).

(٢) **المصدر السابق**، ص(٨٥).

(٣) **المصدر السابق**، ص(٤٥).

لحالة القبول بكل ما هو كائن كأنَّه لا بديل عنه، وهذا المعنى هو حرية الفرد في مثل هذا المجتمع؛ فإنَّ «المجتمع الصناعي لن يكون من الممكن تعريف المجتمع الحر في وجوده بالمصطلحات التقليديَّة؛ لأن هذه الحريات فقدت دلالتها، فمثلاً الحرية الاقتصاديَّة يجب أن تعني التحرر من الاقتصاد، ومن الإكراه الذي تمارسه القوى والعَلاقات الاقتصاديَّة، التحرر من النضال اليومي في سبيل الحياة، عدم اضطرار الإنسان بعد الآن إلى كسب حياته»[1].

وامتلاك الحريَّة السياسيَّة يجب أن يعني التحرر من السياسة التي لا تراقبهم رقابة فعليَّة، وامتلاك الحريَّة الفكريَّة يجب أن يعني إحياء الفكر الفردي الغارق حاليّاً في وسائل الاتصال الجماهيري، ويجب ألَّا يكون هناك بعد الآن صناع (رأي عام) أو حتى وجود رأي عام[2].

ممَّا يدفع إلى أن تتحول «كلمات الحريَّة والامتلاء الكبيرة التي يلفظها الزعماء السياسيون في حملاتهم، على الشاشات والموجات وفوق المنابر، لا معنى لها إلَّا في سياق الدعاية والانضباط والترويح عن النفس، وخارج هذا السياق تصبح أصواتاً لا دلالة لها»[3].

وللأسف فـ «إنَّه من المتعذِّر على الأفراد في هذا المجتمع تصور الوسائل الكفيلة بتحطيم أغلال عبوديتهم وبوصولهم إلى حريتهم».

---

(١) المصدر السابق، ص(٤٠).

(٢) المصدر السابق، ص(٤٠).

(٣) المصدر السابق، ص(٩٣).



ـ ويرجع هذا التعذُّر إلى أنَّ الحريَّة، المنظمة من قبل مجموع اضطهادي، يُمكن أن تصبح أداة سيطرة قويَّةً، فالحريَّةُ الإنسانيَّة لا تُقاس تبعاً للاختيار المتاح للفرد، وإنَّما يستطيع الفرد اختياره، فإنَّ حريَّة اختيار الفرد لسادته لا تلغي لا السادة ولا العبيد، فكذلك الاختيار بحريَّة بين تشكيلة كبيرة من البضائع والخدمات ـ التي أصبحت بفعل الدعاية حاجات ـ لا يعني أنَّ المرء الذي يختار هو كائن حر»[١].

إذن فـ «المجال الخاصُّ للحريَّة الذي كان يتمتع به الإنسان لـم يعد كما كان بمعنى أنَّ حريَّة الفرد الخاصَّة أصبحت مُقيَّدة

(١) المصدر السابق ، ص(٤٢، ٤٣).

بنوع من التوحد المباشر بين الفرد والمجتمع، فليست الحريَّة الخاصَّة للفرد الآن إلَّا صورة مفروضة من المجتمع على الفرد، ذلك بسبب أنَّ علم النفس الصناعي قد تجاوز حدود المصنع حتى بلور المجتمع على شكل من أشكال المعارضة التي تُشبه ردود الفعل الميكانيكية»[١].

ومثل هذه الممارسات من شأنها أن تعزِّز سُلطة المجموع على الفرد، وهذا ما أراد «ماركوز» مواجهته، وهذا ما استجابت له الجموع التي رأت بنفس عين «ماركوز»، التي أرادت أن تتحرَّر من بؤسها.

فإنَّ من أهم ما ناقشه «ماركوز» فيما يرتبط بحريَّة المجتمع هو أنَّ: «التحرُّر من البُؤس هو المضمون العيني لكلِّ حريَّة، فكيف بهذا المجتمع الذي كُلَّما زاد فيه الإنسان غنًى زاد بؤسه»[٢].

وما يُقرِّر «ماركوز» أنَّه قد أصبح حقيقة: أنَّ «انعدام الحريَّة في مثل هذا المجتمع لا تستلزم أن يكون النظام مُستبدّاً أو لا، فليس لذلك أهميَّة تُذكر مادام يعمل على التلبية المتدرجة للحاجات، وهنا لا يبقى للمعارضة إن وُجدت إلَّا أن تبحث عن البديل داخل الوضع القائم، إذن فلو وجد نظامٌ ديكتاتوريٌّ في دولة ما، فعندما تأتي المعارضة لتضع حلّاً؛ فإنَّها لن تتجاوز

(١) **المصدر السابق**، ص(٤٦) بتصرف.

(٢) **المصدر السابق**، ص(٣٨).

المجتمع الحديث أيضاً، وسيتمُّ إعاقتها إن حاولت تغيير أوضاع سياسيَّة واقتصاديَّة مُتعلِّقة بالمجتمع أو هددت حسن سير المجموع»[1].

حتى تتحوَّل الصورة الوحيدة للحريَّة «في المجتمع الحديث هي أن تعمل، أو تموت جوعاً، ولا تعني شيئاً سوى الكدح، وعدم الأمان والقلق بالنسبة إلى الغالبيَّة العُظمى من السكان»[2].

فكانت من أهم رؤى «ماركوز» أنَّه داخل المجتمع الحديث هناك نوع من العبوديَّة غير ظاهر، **فيقول**: «إنَّ الطبقات الكادحة في القطاعات المُتقدِّمة من الحضارة الصناعيَّة تتعرض لتحول حاسم»[3].

وقام بإرجاع ذلك التحوُّل لعدَّة عوامل منها:

إنَّ هذا المجتمع يقلص تدريجيّاً الطاقة الفزيائيَّة ـ أي: الجهد الحركي العضلي ـ، وهذا التقلُّص يؤثر على النظرة الفلسفيَّة إلى الطبقة الكادحة التي كانت تعني ـ في نظر ماركس ـ: تلك الطبقة التي كان الرأسماليُّون يشترونها، ويستخدمون قوتها وجهدها الإنساني بشروط غير إنسانيَّة، وكان المجهود العضلي الحركي المبذول هو ما يُضفي على الاستغلال مظاهره اللَّاإنسانيَّة الباعثة على الاشمئزاز، وكان هو العنصر المادي الملموس في عبودية الأُجراء واستلابهم.

---

(١) **المصدر السابق**، ص(٣٨) بتصرف.

(٢) **المصدر السابق**، ص(٣٨).

(٣) **المصدر السابق**، ص(٦٠).

فيقول «ماركوز» عن الاستعباد غير الظاهر حاليّاً: «إنَّ هذا الشكل من الاستعباد المُتقن لا يختلف جوهراً عن الاستعباد الذي تُعاني منه الضاربة على الآلة الكاتبة، ومستخدم المصرف، والبائع القابع دوماً تحت الضغط»[1]، فإذا كانت الطبقة الكادحة فيما مضى كان يرفضُ استغلالَها المجتمعُ؛ لأنَّها هي التي تُوفِّر للطبقة الرأسماليَّة الرفاه والرغد، بينما تعيش هي في الفقر والقذارة والمرض والجهل؛ فإنَّ المجتمع الحالي لا يرفض هذا الاستغلال؛ لعدم ظهور البُعد الفيزيائي في الاستغلال.

ولتوضيح هذا المعنى: «فحاولْ أن تتخيَّل أحد هذه الأسواق الكبيرة (hyper market)، أو مول تجاري (mall)، حيث يديره أحد رجال الأعمال الأغنياء فاحشي الثراء، ويدخله نخبة من المجتمع؛ لتستفيد من عروضه وتشتري منتجاته بأسعار مبالغ فيها، في نفس الوقت الذي تجد فيه عاملاً مهمته الوحيدة تنظيف ما يقع من المستهلكين على الأرض، ويقوم بإغلاق الآلات التي من الممكن أن تستهلك كهرباء زائدة حتى لا تكلف صاحب المكان!!! في حين أنَّه لا يتقاضى ما يزيد عن ٥٠٠ جنيه!».

«إنَّ العبوديَّة لا تتحدَّد بالطاعة، ولا بقوة الكدح، وإنَّما بالإنسان المحوَّل إلى أداة وإلى شيء، ذلك هو الشكل المحض الخالص للعبوديَّة، أن يُوجد الإنسان كشيء، أن يُوجد الإنسان

---

(١) **المصدر السابق**، ص(٦١).

كأداة، وحتى لو دبَّت فيه الحياة بملبسه النظيف ومظهره الجميل»[١].



وهنا من الممكن طرح سؤال:

لماذا لا تقوم هذه الجماهير بمعارضة مثل هذا النظام القمعي، وهدم هذه الصورة التي أصبح عليها المجتمع؟

والإجابة التي ترتبط ارتباطاً وثيقاً بهذا البحث هي قول «ماركوز»: «لأنَّ الآلة الإعلاميَّة فيه لا تتوقف عن الوعد الأسمى،

---

(١) **المصدر السابق**، ص(٦٨).

وهو حياة رغدة لعدد متعاظم دوماً من الناس، وهؤلاء بالطبع لا يُمكن أن يُفكِّروا في تغيير النظام»[١].

فيظلُّ المجتمع على الدوام مُنقاضاً وراء هذا الوعد بغية تحقيقه في يوم من الأيام، فالوعد بالسعادة حوله في كل مكان، على كل لافتة، وفي كل إعلان تلفزيوني، وعلى كل موجة إذاعيَّة، ومُرتبط بكل منتج (كوكا كولا السعادة، كادبوري الفرحة. إلخ)، وإن لم تكنِ السعادة هي الطعم إذن فالخوف، الخوف من الحرب القادمة!! أيِّ حرب، لا يهم، ولكن الخطر قادم، السلاح الذري سيدمر العالم، أو الإرهاب المحتمل المتوقع!! أين لا يهم، المهم أن يخاف المجتمع، حتى لا يجد بُدّاً سوى الاستسلام للنظام، ولو كان قمعيّاً بدلاً من أن يقوم بمواجهة ما هو أعظم من ذلك قمعاً وأشد خطراً.

ولذلك يرى ماركوز أنَّ: «المجتمع الحالي هو تركيب إنتاجي لمجتمع رفاه ومجتمع حرب، وهو مقارنة بالمجتمعات السابقة يُعَدُّ مجتمعاً جديداً، فعناصر الخلخلةِ والاضطرابِ فيه قُضي عليها أو عُزلت، والعناصر المهددة تمَّت السيطرة عليها.

يقوم فيه انسجام بين الأبحاث العلميَّة والأهداف القوميَّة، ويغزو الرأي العام البيوتَ، وتنفتح حجرة النوم لوسائل الاتصال الجماهيري»[٢].

---

(١) **المصدر السابق**، ص(٥٩) بتصرف

(٢) **المصدر السابق**، ص(٥٥).

وفي فصل يُؤكد على أنَّ الإعلام هو الذي ينشئ لغةَ التحكم والسيطرة في المجتمع تحت مسمى: «لغة الإدارة الشاملة»، يُناقش فيه «ماركوز» مدى تأثير هذه الآلة في المجتمع ممَّا يخدم المنظومة.

يرى ماركوز أنَّ: «وسائل الاتصال الجماهيري تقوم بدور الوساطة بين السيد والعبد، إلَّا أنَّها متشبعة بنوع من الرفاهية بهذه البنية الفوقيَّة الإنتاجيَّة القائمة على قاعدة المجتمع التعيسة»، بينما «وكلاء الإعلان يصنعون عالم الاتصال الذي يُترجَم فيه السلوك الأحادي البعد»[1].

إنَّ المفاهيم التي يطرحها الإعلام غير قابلة للنقاش؛ لأنَّ «الإعلام يخاطب الجماهير بمفاهيم تنزل منزلة الطقس المقدس، الذي يُكسب مناعةً ضِدَّ النقض من خلال اللغة المستخدمة إعلاميّاً، والتي تُبرِّر نفسَها بنفسِها، وتُؤدِّي وظيفتها كصيغ طقسيَّة شبه سحرية»[2]، وهذا ما سيتمُّ توضيحه في باب العَلاقة بين الدال والمدلول عند «دي سوسير».

يستأنف «ماركوز» قائلاً: «وهكذا؛ فإنَّ الواقعة التي لاحظناها من أنَّ نمط الحريَّة السائد هو العبوديَّة، ومن أنَّ نمط المساواة السائد هو اللَّامساواة المفروضة فرضا»[3].

---

(١) **المصدر السابق**، ص(١٢٢).

(٢) **المصدر السابق**، ص(١٢٢) بتصرف.

(٣) **المصدر السابق**، ص(١٢٥).

أو «عندما تُسمَّى الحكومة المستبدة حكومة «ديمقراطية»، وعندما تُسمَّى الانتخابات المزورة انتخابات (حرة»)[1].

إنَّ صناعة الرأي العام على هذا النحوِ يجعل هذا المجتمع يقبل بالأكاذيب من خلال الآلة الإعلاميَّة بدون أن يناقشها، حتى ولو حملت تناقضاً شديداً، ومن هذه الكلمات التي تحمل هذا النوع من التناقض ـ إلَّا أنها تظلُّ مقبولةً بصورة مستغربة ـ ما وضحه «ماركوز» في بعض العناوين مثل: «الحركة العاملة تسعى إلى تنسيق الصواريخ»، والإعلانات من شاكلة: «مخبأ فخم ضد الإشاعات الذرية»، وهذه الكلمات يصعب جمعها فـ «إن «الحركة العاملة»، و«الصواريخ»، و«التنسيق» هي مصطلحات متناقضة غير قابلة للتوفيق، أو أن يُصرِّح المرء بأنَّه لا يُمكن لأي لغة ولأي منطق أن يجمعا بين مصطلحات «الفخامة» و«الإشاعات الذريَّة» من غير أن يقعا في خطأ»[2].

وفي هذا السياق يُؤكِّد «ماركوز» على: «أنَّ للغة طابع استبدادي يدعمه الإعلام من خلال تعابير تضخم أو تقلص بناء الجملة الذي يمنع تطور المعنى بخلقه صُوَراً ثابتة تفرض نفسها فرضاً مجسماً متحجراً ثقيلاً، تلكم هي تقنيَّة الإعلان المعروفة، التقنيَّة المستخدمة منهجيّاً لإيجاد صورة مثبتة في الذهن، وعلى النتاج في آنٍ واحدٍ، وتسهل بيع الرجال

---

(١) **المصدر السابق**، ص(١٢٦).

(٢) **المصدر السابق**، ص(١٢٧).

والأشياء»[١]، ثم يقول: «ويُمكن لهذه الصورة أن تكون «الحرية»، أو «السلم»، ويبقى على القارئ، أو المستمع بعد ذلك ـ وكما هو منتظر منه ـ أن يقرن هذه الصور (ويجب عليه أن يقرنها) ببنية صلبة من المؤسسات والمواقف والصبوات، وأن يأتي ردُّ فعله نوعيّاً ثابتاً مُتوقَّعاً»[٢].

ثم يقول: «فالجُمل لها شكل أوامر مُوحية: إنَّها توحي أكثر ممَّا تُبرهن، والنصيحة تأخذ هي الأخرى شكل الأمر، كما يتخذُ مجمل الإعلان طابعاً منوماً مغناطيسيّاً، أضف إلى ذلك اكتسابه ظاهراً من ألفة الكذب بفعل التَّكرار المتواصل، وبفعل المهارة في استغلال المظهر الشعبي للإعلان، وهكذا يصل الإعلان فوراً إلى المُوجَّه إليهم ـ دون تمييز من حيث الوسط والتربية والوظيفة ـ، ويُؤثِّر عليهم في صميمة غرفة الجلوس أو المطبخ أو حجرة النوم»[٣].

إنَّ الآلة الإعلاميَّة لم تتوقف فقط عند تغيير الكلمات والتلاعب بها، بل إلى أبعد من ذلك: «أنَّ الخير والشرَّ، والصواب والخطأ، إنَّما تتحدد ـ أي: لغتُه ـ بدلالة تلك المقتضيات حسبما يُفسِّرها أولئك الذين يُشرفون على الجهاز»[٤].

ثم يقول: «والحقُّ إنَّ هذه اللغة لا تُنشئ البتة، بل هي تُملى

---

(١) **المصدر السابق**، ص(١٢٨).

(٢) **المصدر السابق**، ص(١٢٨) بتصرف.

(٣) **المصدر السابق**، ص(١٢٨، ١٢٩).

(٤) **المصدر السابق**، ص(١٣٩) بتصرف.

وتُقرر، والوقائع بواسطة سلطة الجهاز أنَّها بيان يستمد شرعيَّته من نفسه!»[1].

وبسبب الآلة الإعلاميَّة قال «ماركوز» إنَّ: «ما هو كائن لا يُمكن أن يكون حقيقيّاً»، فهو يرى أنَّ العالـم الذي نحيا فيه «يجب أن يعقل ويُحوَّل، بل أن يُقلب رأساً على عقب؛ ليصبح ما هو كائن فعلاً»[2].

وفي النهاية: فإنَّ ما قام به ماركوز في خاتمة كتابه هو الإجابة على سؤال «كيف يستطيع الأفراد المُساسُون الذين ينعكس تشويههم حتى في حرياتهم، وصبواتهم، كيف يستطيعون أن يتحرَّروا من أنفسِهم وساداتِهم في آنٍ واحدٍ؟»[3]، وليس من المناسب في سياق هذا البحث مناقشة الإجابة؛ لأنَّها تتعلَّق بعلم الاجتماع إلى حدٍّ بعيد، ولكن ما يعنينا هاهنا ما رآه عقبةً يجب تخطِّيها من أنَّه: «لن يصبح تقرير المصير الذاتي فعليّاً وواقعيّاً إلَّا إذا لـم تعد هناك «جماهير»، بل مجرد أفراد متحررين من كل دعاية، ومن كل تكيُّيف مذهبي، ومن كلٍّ تحكُّم وتلاعب، وقادرين على معرفة الوقائع وفهمها، وعلى تقرير الحلول الممكنة»[4].

وما يقصده «ماركوز» بالتحرر هو: «حرية الفكر بالمعنى

---

(١) المصدر السابق، ص(١٣٩).

(٢) المصدر السابق، ص(١٦٣).

(٣) المصدر السابق، ص(٢٦١).

(٤) المصدر السابق، ص(٢٦٢).

الوحيد الذي يُمكن أن يكون في مجتمع مسَّاس مدار، أي: وعي الإنتاجية القمعية والحاجة المطلقة إلى التخلص من الكل وتحطيمه»[1].

إنَّ السيطرة في نظر «ماركوز»: «تأخذ شكل إدارة، وهذه الإدارة تُوفر للناس حياة رغد ورفاه»، وهذا الأمر خطير؛ لأنَّه ينزع الظاهر الاستبدادي من شكل السيطرة القديم، فيعتقد المواطن بغياب الشكل القديم للسيطرة، وأن السيادة لازالت للشعب[2].

ويرى «ماركوز» أنَّه لابُدَّ للمجتمع أن يرفض هذه السيطرة رفضاً «لا يُمكن أن يكون له من مضمونه غير المطالبة بنهاية السيطرة، تلك المطالبة التي هي وحدها الثوريَّة»[3]، إلَّا أنَّ هذا النظام القائم يحبط أيَّ محاولة لهذا الرفض إلى درجة يبدو معها عديمَ الفعاليَّة سياسيّاً.

في ظلِّ كلِّ هذا التشاؤم، رأى ماركوز الأمل لايزال موجوداً، ولكن ليس في أفراد المجتمع الذين ارتبطوا بالآلة الإنتاجيَّة واندمجوا في المجتمع الأحادي البعد، لكن: «طبقة المنبوذين، واللَّامنتمين، والطبقات المستغلَّة والمضطهَدة، والعاطلون عن العمل، والعاجزون عنه «إنَّ **هؤلاء الناس يقفون**

---

(١) المصدر السابق، ص(٢٦٤).

(٢) المصدر السابق، ص(٢٦٥).

(٣) المصدر السابق، ص(٢٦٦).

خارج الصيرورة الديمقراطيَّة»، وحياتهم تُعبر عن الحاجة المُلِّحة والمباشرة والواقعيَّة إلى وضع حدٍّ للشروط والمؤسسات التي لا تُطاق أو تحتمل، وعلى هذا؛ فإنَّ معارضتهم ثوريَّة، وإن لم يكن وعيهم ثوريّاً»، **ثم يقول**: «**إنَّها قوة بدائيَّة تخرق قوانين اللعبة**»[1].

وتلك المعارضة لن تكون بالفكر فقط، بل يلزمها حراك «وعندما يتجمع أولئك الناس ويسيرون في الشوارع بلا سلاح، وبلا حماية، مطالبين بالحقوق المدنيَّة الأوليَّة والأكثر بدائيَّة، فإنَّهم يعلمون أنَّهم يُعرضون أنفسهم للكلاب والحجارة، والقنابل والسجن، ومعسكرات الاعتقال، وحتى للموت، ولكنَّ إصرارهم على عدم لعب اللعبة بعد الآن هو اليوم حقيقة واقعة، تُشير على الأرجح إلى نهاية مرحلة، وبداية أخرى»[2]، ويرى كذلك أنَّه لا شيء يضمن نهايةً سعيدة لهذا الحراك لامتلاك النظام «من القوات المسلحة العدد الكافي لمواجهة المواقف الطارئة»[3].

إذن يبدو أنَّ «ماركوز» أراد أن تصل فكرة واضحة وهي أنَّ المعارضة الحقيقيَّة التي يجب أن تكون ليست للنظام الحاكم فقط، ولو كان استبداديّاً، بل للنظام الأشد استبداداً وأعظم، هو ذلك المجتمع الحديث الشمولي الذي ارتبطت فيه السياسة بالآلة الإعلاميَّة، والتي ارتبطت كذلك بالآلة الإنتاجيَّة والنظام

---

(١) **المصدر السابق**، ص(٢٦٧).

(٢) **المصدر السابق**، ص(٢٦٧).

(٣) **المصدر السابق**، ص(٢٦٧).

الاقتصادي، فبالتالي الذي يتحكَّم في الاقتصاد يتحكم في السياسة، والذي يتحكَّم في السياسة يتحكَّم في المجتمع، وتُلقي لنا هذه المنظومة شكلاً مُشوَّهاً من المعارضة متمثلاً في حزبين كبيرين لا فرق جوهري بين برنامجهم، وتجد الحزبين يعارضون الوضع القائم كأنَّه فساد في النظام السياسي فحسب، معارضة مندمجة في هذا الكلِّ مغتربة كما أراد النظام متشيئة لأبعد حدٍّ غارقة في الاستهلاك، تقوم مبادئها على السياسات القمعيَّة للنظام الكُلِّيِّ الاستبدادي لا تُفارقه، وتلبس أفضل ما يكون، وتأكل أفضل ما يكون، تاركةً قاعدتها الشعبية وراءها تُعاني من الفقر والقذارة تحت مُسمَّيات سياسية قذرة ودنيئة، فمن الذي سمح للسياسي الحزبي أنَّه كُلَّما ارتقى كُلَّما زاد ثراؤه، ولمع نجمه، وزادت شهرته، ولَرُبَّما وجدته «اشتراكيّاً» يدافع عن حقوق الطبقات الكادحة، ويتحدث عن عرق العمال في فنادق سبع نجوم ينعم فيها بالمميزات الكاملة المدفوع ثمنها على نفقة النظام، فيا للسُّخف الذي يمتلئ به مثل هذا النظام السياسي والاجتماعي.

إنَّ ما تكلَّم عنه «ماركوز» من معارضة لا يُمكن أن يكون ـ ولن يكون ـ من خلال الشكل الهرمي السياسي الحالي، ولا الشكل الهرمي للأحزاب، بل من خلال الطبقات التي تضررت اقتصاديّاً، أو حتى التي تملك ما يزيد عن قُوت يومها ومرفهة، لكنها تضرَّرت هي الأخرى فكريّاً، حيث يقوم الكلُّ بتشكيل حِرَاكٍ شعبي عنده من الثقافة ما يمنعُ أن تتحايل عليه المنظومة.

وما قد يقوم بالرَّدِّ على الصوت الذي يقول: إنَّ مثل هذه

المعارضة لن تنجح، الصفحات القليلة التالية التي يتضح من خلالها صدى رؤية «ماركوز».

ملخص ما أثاره «ماركوز» في المجتمع هو: أنَّ الإنسان ذا البعد الواحد هو ذاك الذي استغنى عن الحرية بوهم الحريَّة، إنَّه ذلك الذي يتوهَّم أنَّه حُرٌّ؛ لأنَّه يختار بين تشكيلة كبيرة من البضائع والخدمات التي يكفلها المجتمع لتلبية حاجاته، إنَّه كالعبد الذي يُوهب الحُرِّيَّة في اختيار سيده (فهل هو حر؟!»).

من التحكُّم بالمجتمع إلى التحكُّم بالفرد

قرر «ماركوز» في نهاية كتابه «الإنسان ذو البعد الواحد»: أنَّ خلاص المجتمع لن يتم على يدِّ أيِّ جماعة من الجماعات المندمجة فيه، بل سيتمُّ على أيدي الهامشيين، والشباب المرفوض المضطهد، الخارج عن عمليَّة الإنتاج.

وذلك؛ لأنَّ «ماركوز» و«أدورنو» قد أشارا إلى أنَّ الفرد الذي يعيش في هذا المجتمع الذي غلبت فيه الشيئية لايزال واقعيّاً، وله مصالح واقعيَّة، لا تزال قويَّة بما يكفي لأن تُقاوم ذلك الادماج الكلي[1].

لذلك حاضر «ماركوز» في شباب الجامعات مُحاولاً تصحيح مسار أفكارهم، وقد قابل الشباب الغربي في المجتمعات الصناعيَّة في أوروبا وأمريكا، هذه الدعوة بترحيب كبير، وسرعان ما أصبح «ماركوز» بطلاً في أعينهم، بعد أن بقي مغموراً لعقود، وكيف لا

---

(١) **«النظريَّة النقديَّة»**، آلن هاو، ص(١١٨).

يُرحِّبون به وقد جعلهم يشعرون بأنَّهم الورثة الحقيقيون لروح الثورة في العالم! ماذا يريد الشباب من بطلهم إلَّا أن يحترمهم ويحترم معتقداتهم ويسعى لتحقيق آمالهم؟! وألَّا ينظر إليهم على أنَّهم قطاع من البشر المدمنين على المخدرات، والذين لا يصلحون لشيء .

ساعتها خرجت الكثير من المظاهرات الرافضة لهيمنة الشركات على العقول، ورافضة لدخول أمريكا إلى فيتنام، ورابطة بين الحرب وبين الشركات المنتفعة من تصنيع السلاح وبيعه للجيش الأمريكي.

لم تكن المظاهرات عاديَّة، فقد شابها تفجيرات لعدد من منشآت الشركات الأمريكيَّة، كما أنَّها كانت مظاهرات داعية لإسقاط النظام السياسي الأمريكي الذي سمح بمثل هذا التحالف بين الحكومة والشركات للسيطرة على عقول الناس.

تدخل الحرس الجمهوري الأمريكي والشرطة لقمع المتظاهرين، حوادث لا يصدق من يشاهدها أنَّها وقعت في دولة غربيَّة تحت القمع تحوَّلت تلك الحركة إلى حركة سلمية، تهدف لتغيير المجتمع تدريجيّاً عن طريق نشر أفكارها، وكانت من أهم الأفكار التي تبنتها هذه الحركة هي الفردانيَّة.

الأفكار الجديدة التي سادت في المجتمع الأمريكي بعدها هي أفكار التفرد، فالمقياس الوحيد لقيمة أي شيء هو الفرد، أن يحاول كل شخص أن يتفرد عن الآخرين، إن كنت أرى أنَّ هذا

الشيء جميل فهو جميل، لا يُوجد شيء يُسمَّى: «الذوق العام»، لا يُوجد شيء يُسمَّى: «القواعد الأخلاقيَّة، أو الدينيَّة، أو الاجتماعيَّة»، لا يُوجد أهمية لِمَا هو مقبول اجتماعيّاً وما هو غير مقبول، المهم ما أقبله أنا كفرد أو أرفضه، هذا هو ما يُحدِّد سلوكي، هكذا تسبب إصلاح «ماركوز» خطأ في ارتكاب خطأ آخر، وهو أنَّ الشركات عندما لاحظت أنَّ الشباب الذين لم يرتبطوا بالمظاهرات، والتي كانت الشرطة لا تقدر على قمعهم، قد بدأوا في تبني فكرة الفرديَّة، وأنَّهم لا يريدون أن يكونوا نسخاً من النسخ الأخرى لطابع نمطي، فقررت الشركات أن تغير مسارها[1].

(١) فيلم وثائقي نشرته شبكة BBC الإخباريَّة بعنوان: "The century of self" ترجمة: «محمد عادل».

وتستمر قيادة الجماهير

الآن وقد صار «التَّفَرُّد» هو اسم اللعبة، فقد واجهت الشركات مشكلة جديدة، ألَا وهي: أنَّ الأساليب التسويقيَّة القديمة لم تعد تُجدي في شيء، تقسيم الناس بناء على مستواهم المادي أو الاجتماعي لا يُجدي في تسويق السلع، لم تعد السياسيات القائمة على اللعب على الغرائز والدوافع الخفيَّة ناجحة في التسويق، وصار كلُّ إنسان يبحث عمَّا يجعله متفرِّداً فقط، بغض النظر عن أي شيء آخر، حتى مجموعات التركيز لم يعدْ أحدٌ يقبل أن يشارك فيها بعد أن ساءت سمعتها، وانتشرت فكرة أنَّها تقوم على التحليل النفسي لقيادة الناس ودفعهم دفعاً للشراء.

هنا لجأت الشركات لمعهد ستانفورد للأبحاث Stanford Research Institute؛ ليُفكِّروا في حلٍّ للمشكلة، فقام المعهد بدراسات للكيفيَّة التي يحاول بها الناس أن يشعروا بتفرُّدهم، وتوصَّل المركز إلى وُجود قوالب محددة للسلوك يشعر من خلالها الإنسان بتفرُّده، على سبيل المثال هناك مَن يشعر

بتفرده من خلال التجارب الجديدة، فهو يُجرب كل شيء وأي شيء، يُجرب تسلُّق الجبال، والتزحلق على الماء إلخ. . . إن استهدفت هذا النموذج من الناس بحملات تسويقيَّة قائمة على فكرة (تجربة) منتج ما؛ فغالباً ستجذب انتباهه، وقام المركز بتصنيف هذه القوالب المحددة التي من خلالها يشعر الإنسان بتفرُّده، واخترعوا مصطلح أسلوب الحياة "life style"؛ لوصف هذه القوالب المحددة.

قامت هذه الأبحاث بالأساس معتمدة على نظريَّة «ماسلو» في تدرج الحاجات التي تُعَدُّ من أفضل النظريَّات التي غطَّت الحاجات الإنسانيَّة، قدمها «أبراهام ماسلو Abraham-Maslo»، ويحلو للبعض أن يُسمِّيها «نظرية تدرج الحاجات»، وقام «ماسلو» بملاحظة المرضى الذين يتردَّدون على عيادته باعتباره متخصصاً في علم النفس التحليلي.

أطروحة «ماسلو» كانت في البداية بسبب ما لاحظه أنَّ الأفراد الذين ينشئون في بيئات لا تُشبع حاجاتهم فيها يجدون صعوبة في قدرتهم على التكيُّف، وكان هذا الوضع الذي ساهمت فيه وسائل الإعلام والشركات الكُبرى صاحبة السِّلع التي أغرقت المجتمع فيه، والذي يجعل الفرد مُحاولاً لأنْ يُلبِّي متطلبات المجتمع بدلاً من تلبية المجتمع لحاجاته أولاً.

قام «ماسلو» بتقسيم الحاجات الإنسانيَّة إلى خمس فئات تنتظم في تدرج هرمي، بحيث يبدأ الشخص في إشباع حاجته بالتدريج تدرج هذا الشكل الهرمي.

وهذه المراحل للحاجات لا يتمُّ الانتقال منها إلى التي تليها إلَّا من خلال إشباع كلِّ مرحلة بدرجة كبيرة على حسب معايير كلِّ شخص.

أولاً: الحاجات الفسيولوجيَّة:

وهي قاعدة الهرم، وتمثل الحاجات الأساسية بالنسبة للإنسان، ومنها: «الطعام ـ الهواء ـ الماء ـ المسكن»، وهذه الفئة يُمكن أن يتحصَّل عليها العامل عن طريق الراتب الذي يتقاضاه، بحيث يكون ذاك الراتب كافياً لتلك الحاجات.

ثانياً: الحاجة إلى الأمن:

بعد أن يتمَّ إشباع الحاجة الفسيولوجيَّة، يبدأ الإنسان بالتطلُّع إلى الأمن، والشخص في هذه الفئة يبحث عن بيئة عمل آمنة وخالية من الأضرار المادية والنفسيَّة، والمنظمات تقوم بإشباع تلك الحاجة عن طريق: «تزويد العاملين بمواد ومعدات الوقاية من الأخطار ـ التأمين الصحي ـ التأمينات الاجتماعيَّة ـ عقود العمل الرسميَّة والدائمة ـ اتباع تعليمات الدفاع المدني».

ثالثاً: الحاجات الاجتماعيَّة:

وهذه الفئة تبدأ بالانتعاش بعد أن يتمَّ إشباع الفئتين التي أسفل منها (ولا أعني بالإشباع هنا؛ أي: الاكتفاء في ذاك الجانب أو الفئة بنسبة ١٠٠٪، وإنَّما يتمُّ إعطاء تلك الفئة حقَّها من خلال معايير ومتطلبات الشخص نفسه)، الحاجة الاجتماعيَّة

تعني حاجة الفرد إلى الانتماء، ومن الأمور التي تغطي أو تشبع تلك الحاجة: «تكوين صداقات ـ قبول الآخرين للشخص»، وتقوم المنظمات بإشباع تلك الحاجة عن طريق: «إنشاء النوادي الاجتماعية ـ تشجيع المشاركة في فرق العمل ـ عمل المسابقات).

رابعاً: الحاجة إلى التقدير:

وهي حاجة الفرد لتنمية احترام الذات، والحصول على قبول الآخرين له، والرغبة في تحقيق النجاح، والرغبة في الحصول على مكانة مرموقة، وشهرة بين الناس، ويُمكن للمنظمات تحقيق ذلك لموظفيها عن طريق: «وضع جوائز للأعمال المتميزة ـ وضع حوافز مادية للمقترحات التي من الممكن أن تفيد المنظمة ـ خطابات شكر ـ شهادات تفوق ـ وضع صحيفة للشركة ونشر الأعمال المميزة بها).

خامساً: الحاجة إلى تأكيد الذات:

وهذه الحاجة تأتي في قمة الهرم، وتبدأ بالتحرُّك عندما يتمُّ إشباع جميع الحاجات التي أسفل منها، وهذه الحاجة تُشير إلى حاجة الفرد إلى توفُّر الظروف التي تساعد على إبراز قدراته على الابتكار، ولكي يُقدِّم أفضل ما عنده حتى يستطيع أن يشعر بوجوده وكيانه، وعندما تقوم المنظمات بالاستفادة من هؤلاء الأفراد الذين ترتفع لديهم هذه الحاجة، فإنَّها تستطيع استثمار طاقاتهم أفضل استثمار وتوظيف.

وبعد أن أنهى معهد ستانفورد دوره في البحث، قام الإعلام وشركات الدعاية بالتسويق للسلع بناء على هرم الحاجات، وهنا صار الأمر قيد التحكم مرة أخرى، وصار بوسع الشركات استهداف الناس ودفعهم للاستهلاك مرة أخرى، من خلال حملات تسويقيَّة تستهدف نماذج السلوك التي يتبعها الناس؛ ليشعروا بتفرُّدهم واختلافهم عن الآخرين، وساعد على هذا دخول الكمبيوتر في الصناعة الذي سمح بإنتاج سلع بأشكال وألوان متعددة.

وسيطرت هذه الرؤية على المجتمعات الغربيَّة سيطرة غريبة، فبعد أن كان المجتمع الغربي تقريباً بنفس الملبس والهيئة وتصفيفة الشعر؛ أصبح كلُّ واحد ـ تقريباً ـ أصلاً لا نسخة له في الملبس والهيئة، وظهرت شخصية «أنا حر».

«أنا أتعاطى المخدرات»، «أنا شاذ»، «أنا كما أحب أن أكون»، أنا فقط، ولا أهتم بما يقوله المجتمع أو يعتقده، أو يرفضه.

وعلى الجانب السياسي كان لابُدَّ من تغيير شكل الخطاب الإعلامي، فقد صار الناس يكرهون الحكومة بكل ما تمثِّله من تحكُّم وسيطرة؛ لذا إن خرج السياسيون بحملة تراعي هذه النقطة؛ فإنَّهم سيجتذبون اهتمام الجماهير.

وبالفعل في أوائل الثمانينات ترشح «رونالد ريجان» لانتخابات الرئاسة الأمريكيَّة، فكتب له أحد المسئولين الإعلاميين

خطاباً يتضمن فكرة رفع تدخل القضاة والبيروقراطيين والحكومة في حياة الأمريكيين، وترك له اختيار عنوان الخطبة، فاختار ريجان عنوان: «دع الشعب يحكم»، الخطاب كان غير معتاد للسياسيين والإعلاميين الأمريكيين. «كارتر» وصفه بالسخف، وكذلك لم تقبله الصحف إلَّا أنَّ «ريجان» فاز في الانتخابات! لقد أحسن اختيار الوتر الذي يلعب عليه، وهو نفس الوتر الذي لعبت عليه «مارجريت تاتشر» في إنجلترا[١].

والمتأمل للدعاية التي تنتشر في مجتمعنا الآن يرى أنَّه ليس هناك فارق بينها وبين ما قام به «معهد ستانفورد»، فيبدو أنَّ هذا الفكر «الفردية» بدأ يتسلَّل إلينا، بدأ حتى أصبح يشكل ظاهرة.

فرُبَّما يُدهش أحدَنا مثلُ هذه الإعلانات التي أصبحت منتشرة على كلِّ وسائل الإعلام، مثل:

- القوة بين إيديك .

- متخليش حاجة توقفك.

- كل المفروض مرفوض. في إشارة إلى انعدام المرجعية (مجتمعيَّة - قيميَّة - دينيَّة) كانت.

- عبر مين قدك.

ورُبَّما تساءل ما عَلاقة هذه الشعارات بشركات المحمول والمشروبات؟!!

---

(١) المصدر السابق.

حتى الأغاني المُتعلِّقة بهذه الشركات تدعو إلى الانفصال التام كذلك عن كلِّ قيمة جماعيَّة:

- أنت البداية، ولازم تحلم ببكرة.
- كلم وقول وعبر أنت الفكرة.
- كل حاجاه بتناديك، وحلمك بيدوَّر عليك.
- أنت الجديد، أنت الوحيد، وحلمك عمره ما كان بعيد.
- لازم تكمل الطريق بكره واقف مستنيك.
- قول من قلبك وعبَّر.
- مين قدك؟

قد يُجادل البعض أنَّ هذه الشركات تُعبِّر عن الشاب العربي، ولكن هل يُعقل أنَّ هذه الشركات ـ التي أوضحت الرؤى السابقة أنَّها مرتبطة بالسُّلطة ـ قد تقوم بأيِّ فعل قد يُفيد المجتمع؟

هنا يقول طارق البشري في «ماهية المعاصرة»: «إنَّ مِمَّا أتانا من الغرب وافداً تصورَّ أنَّ الفرد هو الوحدة الاجتماعيَّة الأولى، هو لبنة مستقلة يُمكن أن توضع في مواجهة غيرها، والمجتمع مجتمع أفراد، وبهذا المنطلق يميل بنا التصور إلى توضيح أنَّ تحرر الفرد هو تحرر من المؤسسات الجمعيَّة للأسرة، والحرفة، والجماعة الدينيَّة، والجماعة الإقليميَّة، وتُوضع حريَّة الفرد في مواجهة ذلك، بدلاً من أن تُوضع قضية الحريَّة بوصفها قضيَّة حريَّة الجماعة من سيطرة المعتدين عليها، هذه النظرة الوافدة، جعلتنا ننظر إلى الحريَّة بوصفها في الأساس حقيقة فرديَّة، وهي بهذا

الوصف تُوضع في مواجهة الجماعة، ومن هنا تتحوَّل الجماعة إلى أفراد مُتناثرين. إنَّ هناك مَن يميل إلى إثارة قضية الحريَّة بحسبانها حرية فرديَّة»[1].

إنَّ الانتقال بالفرد من الانتماء للمجتمع إلى الاستقلاليَّة الفرديَّة هو المدخل إلى الحريَّة المطلقة، تلك الحرية التي لا تعرف أيَّ نوعٍ من أنواع القيود، دينيَّة كانت أو أخلاقيَّة، وهي فكرة تدعو لانفصال الفرد عن كلِّ قيمة، وليس فقط الانفصال عن المجتمع الذي قد يكون الاندماج فيه له مميزات، كما له عيوب كذلك.

ولعلَّ السبب في تأخُّر تشكُّل مجتمعاتنا، على هذه الفكرة هو تأخُّر مواكبتنا لأنظمتهم، وذلك ليس إلَّا بسبب أنَّنا مازلنا نحتفظ بنوع من الترابط المجتمعي الذي يبدو أنَّه قد أوشك أن يُحلَّ.

---

(١) «ماهية المعاصرة»، طارق البشري، ص(٣١).

مدخلٌ

رُبَّما ظنَّ القارئُ وهو يُطالع الرُّؤى والأفكار السابقة، التي تخصُّ «**بيرنيز**» **أو** «**ليبمان**»: أنَّها تُعَدُّ الشكل النهائي لما استقرت عليه المنظومة في تهدئة الجماهير، أو التحكم بها، **والصواب: أنَّ ما قام به «بيرنيز» ومَن حذا حذوه، لا يُعبِّر عن شيء سوى البدايةِ لممارساتٍ ممتدةٍ في سلسلة متصلة من التطورات!**

فكما رأينا أنَّه عندما تطوَّر المجتمع بسبب صدى أطروحة «ماركوز» وغيره من العوامل التي شكَّلت وعياً عند طبقة معينة بدأ ينتشر في المجتمع كلِّه، قامت المنظومة بالتطور مع المجتمع، وأحكمت سيطرتها مرَّة أخرى عليه، فلو قام القارئ بالرجوع إلى تفاصيل ما قامت به المنظومة في إسكات المعارضة، والحد من قوة المظاهرات لم يكن بالمواجهة القمعيَّة من خلال القوات البوليسيَّة فقط، بل لم يكن ليكتب النجاح للمنظومة إلَّا بالخطوة التي قام بها «معهد ستانفورد» من خلال الآلة الإعلاميَّة والإنتاجيَّة مرة أخرى، إنَّ المنظومة تقوم بدراسة وتحليل المجتمع راصدة كلَّ

تغيُّير قد يطرأ عليه؛ لتقوم بالتطور، وهي نفسها تخلُق صُوراً وأنماطاً، وتقوم بعرضها بصورةٍ مُكرَّرة على المجتمع؛ ليقوم بتكييف نفسِه داخلها، ليبقى داخل الإطار المحدد للمنظومة، **يُشبه هذا الإطار بشكل كبير السُّور الذي يُمكنك من الحفاظ على القطيع بداخله وتشعره في نفس الوقت أنَّه حرٌّ في التنقل بداخله، والوصول إلى الطعام والشراب، والتمتع بالجنس الآخر وقت ما يشاء، المهم بقاؤه بداخل السور.**

ورُبَّما ظنَّ القارئ كذلك: بأنَّ المجتمع الذي تحدث عنه «أدورنو»، أو حتى «ماركوز»، هو الشكل الذي استقرَّ عليه المجتمع، **والصواب: أنَّه لم تكن الممارسات السابقة التي قامت بها المنظومة من خلال الآلة الإعلامية والانتاجية بالهينة أبداً، فيما يتعلَّق ببنية المجتمع، فلقد تحوَّل المجتمع تحوُّلاً خطيراً لأبعد حدٍّ، حتى أصبح التاريخ نفسُه لا يستطيع أن يتعرَّف على شكل هذا المجتمع.**

ومن هنا كان الفصل التالي الذي يحمل عنوان «المجتمع المشهدي» مُوضِّحاً ما قامت به المنظومة للاستمرار في تهدئة الجماهير، ومُلقياً الضوء على أهم الأطروحات الخاصة بشكل المجتمع الجديد.

الفصل الرابع

المجتمع المشهدي / الاستعراضي

لكي نقدر على وضع تصوُّرٍ للمجتمع المعاصر يُمكن من خلاله رؤية كلِّ ما يتألَّف منه هذا المجتمع من قضايا تُعبِّر عن حياة الفرد، بدءاً بالسياسة، مروراً بالحروب، وصولاً إلى مباراة كرة القدم، فإنَّه يجب الوقوف على أطروحة «المجتمع المشهدي»، فإنَّ هذه الأطروحة تُوضِّح إلى حدٍّ بعيد شكل السلطة في المجتمع الجديد، وكيف أنَّ الأفراد لا يجدون من الأسباب المنطقية ما يدفعهم لمعارضة شكل السُّلطة الجديد.

إنَّ المجتمع المشهدي هو المرحلة الأولى في عدة مراحل مرَّ بها المجتمع الجديد، أطروحة «المجتمع المشهدي» هذه تخص المفكر اليساري «غي ديبور»، وتختصر هذه الأطروحة في أنَّ الواقع اليوم لم يعد هو الذي يُشكِّل عَلاقة الأفراد بما حولها بل، قام المشهد بمنازعة الواقع هذه المكانة، حتى صار المشهد هو الواقع.

المجتمع المشهدي والاستهلاك

إنَّ كلَّ تطوُّر حدث في شكل المجتمع المعاصر مُرتبط إلى حدٍّ بعيد جدّاً بما قبله، وتستطيع القول: إنَّ كل أطروحة خاصة بنقد المجتمع ـ غالباً ـ مكملة لِـمَا قبلها من أطروحات؛ لذلك علينا الرجوع إلى ما ناقشه «أدورنو» و«ماركوز»: أنَّ كل ما يرتبط بعَلاقة الإنسان بنفسه وبما حوله قامت المنظومة بتشيئه.

وبتحويل العَلاقات الإنسانيَّة إلى أشياء، فأصبح من الممكن للمنظومة عرض هذه الأشياء كسلع، وهذا ما أدَّى بدوره إلى زيادة مُعدَّل الاستهلاك لهذه السِّلع، لا من أجل ما تحويه هذه السلع من منافع، بل من أجل الاستعراض بغية إثبات الوجود، والحصول على الاهتمام المرجو من المجتمع.

فما قامت به المنظومة هو عرض السِّلع بصورة تكون أشدَّ ارتباطاً بعَلاقات الأفراد ببعضهم، أكثر من ارتباطها بالنفع المتحقق من السِّلع، لا لشيء إلَّا لفرض هيمنة السلعة بمفهومها «الفتشي» على الإنسان، فلا يستطيع أن يتصوَّر عَلاقته بمَن حوله

إلَّا من خلال ما يملكه، فيتحوَّل الأمر من امتلاك الإنسان للشيء إلى امتلاك الشيء للإنسان.

فبالفعل أصبح مالك السيارة مملوكاً لها، وصاحب البدلة الفخمة مملوكاً لها، وصاحب الشقة في الحي الراقي، والهاتف المتطور. . .، إلخ مملوكاً لأشيائه لا مالكاً لها؛ لأنَّه ـ وببساطة شديدة ـ لن يكون لوجوده معنًى بغير وجود أشيائه.

وكما رأينا أنَّ السِّلع تطوَّرت لتُسيطر على كلِّ ما في الحياة، فالفكر والثقافة والموسيقى والرياضة، وحتى الواعظين الدينيين، تحوَّلوا إلى أشياء يتمُّ عرضها كالسِّلع تماماً، تستطيع أن تقوم باستإجارها، أو حتى أن تتملكها، وتقوم بتزيينها وبيعها، وهذا لا يخفى، فالصوت الجميل مثلاً له سعر تحدده مواصفات المغني، من وسامة، وشكل للجسم، وأداء معين، والخطبة الدينية لها سعر هي الأخرى يحدده درجة تأثير الخطيب وأداؤه، ولاعب الكرة. . . إلخ، حتى الصحافة تنشر أخبارها على حسب ما يُرضي ذوق القُرَّاء؛ لأنَّه كُلَّما زاد عددهم؛ زاد عدد الشركات المنتجة التي تقوم بدفع أموال للجريدة أو المجلة لنشر إعلاناتها، فتحوَّلت الأخبار أو الأفكار المعروضة إلى شيء في شكل سلعة، بل حتى القارئ تحوَّل بالنسبة للجريدة إلى «شيء» كُلَّما زاد عدده زاد ربح الجريدة، فلا الإنسان يُشكل للجريدة عقلَ قارئٍ مُتأمِّلٍ، ولا الخبر يُشكل للقارئ عمقاً معرفيّاً.

حتى الجغرافية تقوم الشركات السياحيَّة بتسليعها، فهذه

البلد ـ مصر ـ فيها معابد وبحار ونهر النيل ومسارح، فأمَّا سعر مشاهدة المعبد كذا، وسعر رحلة في النيل كذا، فتبيع الشركة السياحيَّة شيئاً والزائر يشتري.

وبما أنَّ كلَّ شيء في العالم قد تشيَّأ؛ فإنَّ «ديبور» يقول عن رؤيته للمجتمع المشهدي/الاستعراضي: إنَّها رؤية عن العالم قد تعرض للتشيؤ، يرى «ديبور» أنَّ المجتمع الذي يقوم على الاستهلاك والاستعراض ليس وليداً للصدفة، بل إنَّه مشهديٌّ في الأساس(١)، أو إنَّه التطور الذي لابُدَّ منه لهذا المجتمع.

ويرى أنَّ الارتباط بين المشهد والسلعة ارتباطٌ عميقٌ، فالمشهد يستعبد البشر الأحياء لصالحه، كما يستعبدهم النظام الاقتصاد، فالمشهد ما هو إلَّا الانعكاس الحقيقي لإنتاج الأشياء.

---

(١) The society of spectacle "Guy Debord" 1.

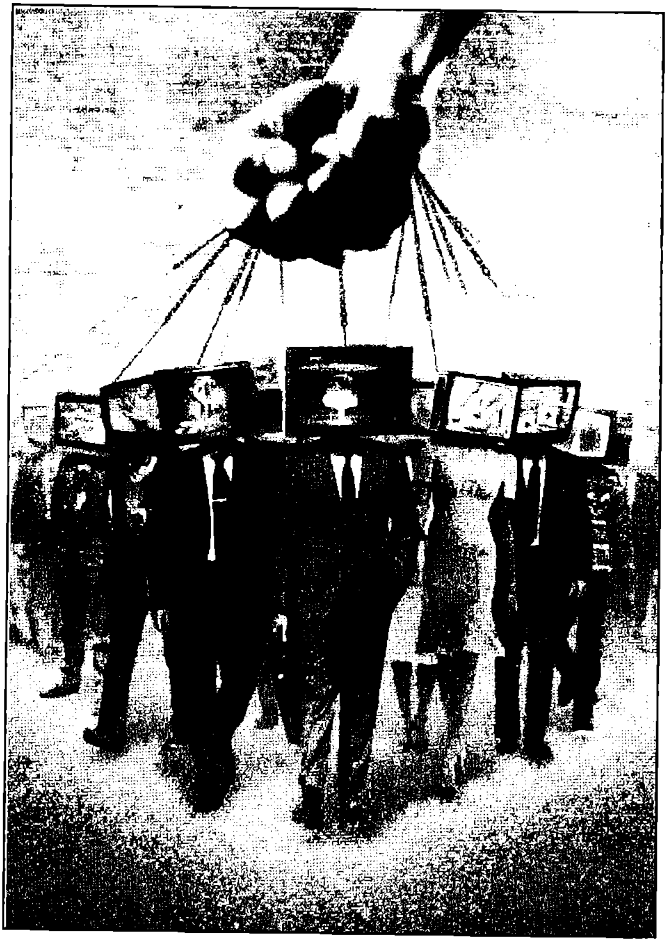
المجتمع المشهدي والواقع

إنَّ المجتمع المشهدي كما شهد تحوُّلاً على مستوى السلع؛ فإنَّه شهد كذلك تحوُّلاً على مستوى التعامل مع الواقع، يقول «ديبور» لقد انحطت الحياة المتماسكة لكلِّ فرد إلى عالم مشهديٍّ[(١)]، هذه المشهديَّة للعالم تُؤثِّر على الواقع؛ لأنَّها «تتجنب كلَّ نشاط إنساني، كما تتجنب أيَّ محاولة تصحيح من قِبل عمل البشر»[(٢)]، ذلك؛ لأنَّ كلَّ ما يُؤثِّر في حياة الإنسان في هذا المجتمع يتمُّ عرضه على صورة «مشهد»، فالانتخابات «مشهد»، وخطبة رئيس الدولة «مشهد»، والاعتصام «مشهد»، والحادث الأليم، والحرب، والمظاهرات، والحب، والصداقة، والعائلة، والابتسامة، والبحار، والغابات، وحتى السماء، بل والفضاء «مشهد»، لا يحتاج منك الأمر التحرك من مكانك للمشاركة، بل كلُّ ما فاتك ستشاهده من خلال «المشهد»، وحتى لو فاتك المشهد يُمكنك مشاهدة الإعادة، حتى أصبحت أكثر أحلام الإنسان تطرُّفاً عبارة عن «مشهد» كذلك.

---

(١) The society of spectacle "Guy Debord" 19.

(٢) The society of spectacle "Guy Debord" 18.



فمن خلال «المشهد» يُمكن للإنسان أن ينشئ أيَّ نوع من أنواع العَلاقات البشريَّة، فهو يحب الممثلة «س»، وهي تعشق الممثل «ص»، وهذا يتخذُّ من ذلك اللَّاعب نموذجاً لتحقيق أحلامه.

نعم، فإنَّ المنظومة تُقدِّم الحياة اليوم على أنَّها مشهد مرئي

أو عرض، وقد تحوَّلت ميادين الحياة إلى شيء مرئيٍّ للاستهلاك الأنى، ويتضمَّن المشهد كُلّاً من (الحدث) و(الصورة المرئية الحدث)، (وتكوين الصورة الذهنيَّة عنه).

(وهذه المشهديَّة في الواقع تسلب الوجود الإنساني من التجربة الحقيقية والمعنى، ويُصبح المشهد المرئي هكذا أكثر أهميَّة من الحقيقة المعيشة ذاتها، فالحياة تتحوَّل إلى مشهداً مرئيّاً لا روح فيه.

وذلك كلُّه يُؤدِّي إلى إفراغ تدريجي للواقع من واقعيته، أو «تصحير» الواقع، هذا إن كان هناك يوماً ما يُعرف بالواقع الخالص.

ومهما يكن من أمر؛ فإنَّنا نعيش اليوم في مجتمع كيَّفه الإعلام وَفق رموزه وشيفراته المشهديَّة، وبات كلُّ فرد يعيش حياته من خلال متابعتها من الشاشة، فهو يغضب من خلال تعليقه على المشهد، ويبكي من خلال مشاهدة الواقع، ويناصر كذلك المشهد ويعاديه، وأخطر ما في الأمر أنَّ الإعلام اقتحم حياة الناس الخاصة، فقرضها شيئاً فشيئاً، وأحل مكانها حياة افتراضيَّة، تجعل من (المِثلية/ زواجاً) ومن (الحرب/ سلماً) ومن (الحقِّ/ باطلاً)، ومن (الكفر/ إيماناً»)[1].

ويكفي أن أعرض للقارئ مثالين لقناة (MBC MAX) عبارة عن إعلان للقناة، تمَّ إعداده بمهارة فائقة، من وجهة نظري، يقول الإعلان:

---

(١) انظر: مُقدِّمة «المصطنع والاصطناع».

ـ استمتعوا بالحياة.

ـ لا تتوقفوا عن الرقص.

ـ ولا الأمل.

ـ عن الغناء.

ـ وعن الضحك.

ـ الحياة كالأفلام!!!!! لاحظ هنا أنَّ الحياة هي التي أصبحت كالأفلام، وليس العكس.

ـ فاكتبوا النهاية التي تناسبكم!!

الثاني:

ـ ما الذي تحب؟

ـ أحب العائلة.

ـ أحب الأصدقاء.

ـ أحب الضحك.

ـ أحب البكاء.

ـ أحب الجمال.

ـ أحب الحياة.

ـ أحب الحياة أحبب mbc max.

وعلى ذلك فالمجتمع المشهدي = تحويل المشهد إلى واقع، لا تحويل الواقع إلى مشهد، وبالتالي خلق واقع حسب ما يُعرض في المشهد لا ما هو في الواقع.

فبالفعل كما قال «ديبور»: إنَّ المشهد هو كابوس المجتمع المعاصر المسجون الذي لا يستطيع التعبير في نهاية المطاف إلَّا عن رغبته في النوم[1]!

ولذلك فقد برع «ديبور» عندما وصف أنَّ المشهد هو المنظومة بكل ما فيها: «إنَّ المشهد هو الحديث المتواصل للنظام القائم عن نفسه، إنَّه مُونُولوجه «الحديث الذي يحتكر فيه شخص واحد الكلام» المدائحي، إنَّه الصورة الذاتية للسُّلطة في عصر إدارتها الشمولية لظروف الوجود»[2].

---

(١) The society of spectacle "Guy Debord" 21.

(٢) The society of spectacle "Guy Debord" 24.

فوق الواقع

لقد كان الإنسان في الماضي يستطيع أن يختار ما يُريد أن يشاهده، وأن يتفاعل معه من خلال التحرك الفعلي إلى مكان الحدث الذي يريد رؤيته، سواء كان مسرحية أو فيلماً سينمائيّاً أو غير ذلك، ومن ناحية أخرى كان الإنسان لا يستطيع في الماضي الوصول إلى ما حدث في الواقع إلَّا بطريقة من اثنين:

(١) المشاهدة بالعين.

(٢) نقل الخبر بطريقة يعلم الانسان أنَّها لا تحتمل الكذب، فيصبح كالمرئي له.

وكل ما كان في درجة أدنى ممَّا سبق، فإنَّه لا يُمكن أن يحكم عليه بأنَّه واقع على الإطلاق.

وعلى كلِّ الأحوال؛ فإنَّ الاطلاع على الواقع كان يتمُّ من خلال قدرة الإنسان على الوصول إليه، بأقلِّ وسائط ممكنة.

أمَّا في وجود الشاشة والصحيفة، أصبح الواقع ينقل كأنَّه

مشهد، فأصبح الإنسان يعرض المشاهد على نفسِه أكثر من الواقع نفسِه، فيقول ـ مثلاً ـ: رأيت اليوم ما حدث على التلفاز! أو قرأت الحدث في الصحيفة.

(بالتالي؛ فإنَّ ما يحدث هو أنَّ العالـم المشهدي يصبح العالـم الذي يعيشه الإنسان، ولكن الصادم في الأمر أنَّ (المجتمع المشهدي) الذي يصفه «ديبور» ليس هو الشكل النهائي الذي استقر عليه المجتمع إنَّما، تبقى أطروحته مرحلة تمهيدية لـما يعرف باسم (فوق ـ الواقع Hyper reality)، وهذه الأطروحة خاصة بـ (جان بودريار).

هذه الأطروحة التي يُقدِّمها (بودريار) في كتابه «المصطنع والاصطناع» تكمن في النظرة النقديَّة لعَلاقة المجتمع الحديث بالواقع، وهي مقاربة تسمح بالإحاطة بجملة من العوامل تعمل على صياغة هذا الواقع.

ولعله قد يلتبس على القارئ الفرق بين المجتمع المشهدي وبين (فوق الواقع)، فالفارق أنَّ الأول قد ينطوي على إمكان النظرة النقديَّة، وذلك لوجود الوعي بوجود المشهد، فبالتالي: يبقى الشعور للمسافة بين المجتمع والواقع موجوداً.

إذن؛ فإنَّ (فوق الواقع) هو المجتمع المشهدي الذي لا يعي ذاته كمجتمع مشهدي، هو عالـم لا معنى لعبارة «المشهد»، وعبارة «الواقع» فيه، عالـم نعيش فيه تبعاً لشيفرات اندرجت في بنيتنا الإدراكية، فالرمز هو الواقع، ما يعني أنَّ (فوق الواقع)

امتصَّ كلَّ شيء، فالصورة أو المشهد المكتفي بذاته هو الذي يُحدِّد بنية المجتمع، بإلغاء أيِّ مسافة بين الدالِّ والمدلول، يستند بودريار هنا إلى قول «أورويل» ـ تعريف ـ الشهير (الحرب هي السلم»[1].

حيث تحلُّ النسخة التي هي (فوق الواقع) مكان الأصل الذي هو الواقع، بيد أن «بودريار» يميز بين فوق الواقع والنسخة، من حيث إنَّ النسخة تحافظ على عَلاقة مرجعيَّة مع الأصل (فنسخة اللوحة لا تأخذ معناها إلَّا من اللوحة)، بينما فوق الواقع هو الأصل في ذاته، مُنفصلاً عن كل ما هو واقع، منفصلاً عن كل ما هو أصل، هنا يختفي كل مفهوم للأصل (الواقع ـ الحدث الحقيقي ـ الحقيقة الأولى).

ولأجل وُضوح هذا المعنى يجب أن نرجع إلى (دي سوسير) في تصوره للعَلاقة بين (الدالِّ والمدلول) من خلال علم (السيميولجيا) علم العلامات.

لم ينصبَّ اهتمام (البحث السيميولوجي) على الدالِّ أو المدلول، وإنَّما على تلك المسافة الفاصلة بينهما، هذه المسافة التي تظلُّ باهتة لا تكشف عن معنى معين، فما هو الرابط بين الدال (شجرة)، والمدلول (هذا الشكل المكون من جسم له ساق وفروع إلى أخر الصورة الذهنيَّة الموجودة عند السامع).

فيُؤكِّد (دي سوسير) على أنَّ العَلاقة بين الدال والمدلول

---

(١) انظر: مُقدِّمة «المصطنع والاصطناع».

هي عَلاقة اعتباطية، يعني مثلاً كلمة (إرهاب) = دال، لا تحمل (مدلول) مطلق، بل هي تحمل مدلول على حسب الصورة الذهنية لكلمة (إرهاب)، هذه الصورة الذهنية؛ ليتم تشويهها أو تصحيحها، فلابُدَّ أن يتمَّ ذلك من خلال المسافة الموجودة بين الدَّالِّ (إرهاب) والمدلول، وهذه المسافة التي يدخل فيها (الإعلام) ليمحوا معالم الواقع ويستبدله بـ (فوق ـ الواقع).

فالإعلام يستطيع أن يتحكم في المسافة الموجودة بين الدالِّ والمدلول، وفي هذه الحالة يتم عرض دال (إرهاب) في الإعلام = مدلول: مجموعة من الصور الذهنية (القتل ـ العنف ـ دماء ـ تفجير ـ خطر ـ لحية ـ مسلم متطرف!!)، وذلك ليس لوجود ارتباط بين (الدالِّ والمدلول)، بل لأنَّ الإعلام هو الذي فرض هذه الصورة الذهنيَّة.

بل إنَّ بودريار يذهب الى أبعد من ذلك حيث: (يرى أنَّ من العبث أن نتسائل ما إذا كنا نشاهد الشيء «الواقعى» أم محاكاة له، ذلك أنَّ الاثنين قد انفجرا ولم يبقَ لنا سوى الصورة أو المشهد»[1].

أحد الإعلانات لأحد القنوات الإخباريَّة يقول: «أنت ترى ما نراه»، ولا أعلم هل وقعوا في خطأ بالفعل، أم لم يتنبهوا، فاذا كنت أنا أرى ما يرونه، فكيف أتأكد من صدق ما يرونه إن لم أكن أراه بنفسي، وهذه تماماً هي المسافة الواقعة بين الدال والمدلول التي يسيطر عليها الإعلام.

---

(١) «النظريَّة النقديَّة»، آلن هاو، ص(٢١٥).

ومن هنا نستطيع أن نفهم ما قاله «أورويل» بأنَّ (الحرب هي السلم)، بمعنى: أنَّ دالَّ الحرب = فيما نعلم مدلوله خراب ودمار قد يكون ضروريّاً، وقد يكون عدواناً غير مُبرَّرٍ، إلى آخر الصور الذهنية، أمَّا من خلال الإعلام الغربي ـ مثلاً ـ فدالُّ الحرب = مدلول السلام المأمول، والحياة الآمنة بعيد عن خطر العدو النووي، بينما الحقيقة أنَّ الحرب الغربيَّة هي من أبشع الحروب التي عرفها التاريخ، ولا عَلاقة لها بالسلام.

ولعلَّ ما يُوضح الأمر أكثر: أنَّ معرفة الواقع على نوعين.

الأول: الأدوات التقليدية.

الثاني: أدوات إعلاميَّة (مشاهدة أو مقروءة).

ثم إنَّ الواقع على نوعين:

الأول: واقع اجتماعي (لا يختلف عليه أو فيه الناس، وإن أصابه بعض التشويه).

الثاني : واقع خلافي ومدار صراع.

فالأول يبقى واقعيّاً، أمَّا الثاني فهو الذي يتحول إلى «فوق واقعي» بالقدرة التي يمتلكها الإعلام، وهو الذي يُعالجه بودريار.

وهذا القسم الذي يضم (الأديان ـ المعتقدات ـ الحقوق والحريات ـ العلاقات الدولية إلخ. . .).

فمثلاً (الديمقراطيَّة والرأسماليَّة) تعيشان أزمة في الواقع، ولكن مع ذلك لازالت الشعوب تُنادي بهما، وذلك كلُّه لأنَّ

الأزمة التي تمران بها يتمُّ حجبها بواسطة وسائل الإعلام، وإحلال (فوق ـ واقع) بدلاً من الواقع.

ويتمُّ (فوق ـ الواقع) هذا من خلال الميديا، ليس لأنَّ الميديا لها قدرة ذاتيَّة، لا بل لأنَّ الناس المتنازعين في هذا الواقع الخلافي يسعون عبر ما يملكون من وسائل، إلى تقديم هذا الواقع بالشكل الذي يريدون»[١].

---

(١) انظر: مُقدِّمة «المصطنع والاصطناع».

حرب الخليج لــم تقع

(فوق ـ الواقع) عالــم يجري فيه العمل لإقناع الناس، بعكس أو نقيض الواقع، مثلاً بأنَّ الحرب هي السلام، والناس تقتنع بذلك، بل تعتقد ذلك أو لا تخضعه للنقد أو التفكير أصلاً، إنَّه العمل لتخريب النظرة السويَّة إلى الواقع بقوة الإعلام، فيكون الواقع في الإعلام، لا الحدث المكتفي بذاته، ولعلَّ هذا ما دفع «بودريار» لإصدار مُؤلَّفٍ يحمل اسم «حرب الخليج لـم تقع»، قام «بودريار» بنشر ثلاث مقالات:

الأول: «حرب الخليج لن تقع».

والثاني: أثناء الغزو وتحمل عنوان: «هل وقعت الآن حرب الخليج».

والثالث: «حرب الخليج لـم تقع».

ثم جمع الثلاثة، ونشرهم في مُؤَلَّفٍ واحد.

ناقش بودريار من خلال هذا المُؤلَّف أنَّ الغزو الأمريكي

للعراق، والتلاعب الإعلامي بالوقائع والمعطيات وبراعة الإخراج باختلاق الروايات، تجعل المشاهد يرى أنَّ الحرب هي السلم، فلقد عمل الإعلام على إلغاء واقعيَّة الواقع.

مشاهد الجنود الأمريكيين يتصرفون في العراق كأنَّهم في لعبة إلكترونية ـ بل وإصدار أغلب الألعاب الإلكترونية بالفعل التي تصور الحرب في العراق ـ، حيث يموت الناس أمام المشاهد، كما يموتون في مشاهد اللعبة لا أكثر، ادعاءً بأنَّ هذه الحرب هي لحفظ السلام، بينما الواقع أحداث أليمة من الاغتصاب والقتل غير المبرر.

ولذلك يرى «بودريار» أنَّ الدول التي تُواجه الغرب هي واقعية التضاد بين طيف أمريكا (تجسيد العولمة)، وطيف الإسلام، فيما أن (الفوق واقعي) هو ما تدَّعيه أمريكا أنَّها المخلصة من الإرهاب الذي يتجسَّد في الإسلام، قائلاً:

«لقد استطاعوا أن يجعلوا موتهم سلاحاً مُطلقاً ضد نظام يحيا من استبعاده الموت، وكل وسائل الردع والدمار لن تكون مجدية ضد عدو سبق أن جعل موته سلاحاً هجوميّاً مضاداً».

وهو يرى أنَّ هذه الخصوصيَّة هي الأمل الوحيد الذي يلحظ فيه بقاء الرمزية المحافظة على صلتها وجذورها العميقة في الحياة والاجتماع، هذا الأمر الذي تفتقده الحضارة الغربية!

ولذلك؛ فإنَّ (حرب الخليج لم تقع)، بمعنى أنَّ صورة

حرب الخليج التي قدمتها وسائل الإعلام الغربي، ليست هي حرب الخليج، إنَّها (فوق ـ الواقع).

جعلوا من خلاله الحرب العدوانية حرباً نظيفة؛ لأنَّه لم يمت فيها ولا جندي أمريكي، وجعلوا المقاومة النظيفة إرهاباً، فالدم العراقي الذي سفكته آلة الغرب كان أصحابه لا يتعدَّون كونهم أرقاماً تُعرض على الشاشات.

إثبات الواقع بالخيالي

إنَّ فضيحة «ووترغيت»[1] لم تكن كما يقول «بودريار» (فضيحة، هذا ما يجب قوله بأي ثمن)[2]، فهو يرى أنَّ تقديم ووترغيت على أنَّها فضيحة يُؤكِّد على أنَّها فعل استثنائي للسياسات الأمريكية في حين أنَّ حقيقة النظام السياسي الأمريكي هو عبارة عن (ووترغيت)، ولكن لابُدَّ لبناء «الفوق واقع» أن يتمَّ تقديم حسب قول «بودريار» (الدليل على الواقع بالخيالي، والدليل على الحقيقة بالفضيحة)[3]، فلكي تدلل على وجود النظام يجب أن تفتعل أزمة اقتصادية أو سياسية، فلا يبقى للناس من بُدٍّ إلَّا النداء، مسرعين بوجوب حفظ النظام الذي هو في الأصل الأزمة الأساسية، فيكون الأمر على حسب ما قال «بودريار» (أن يتحوَّل

(١) **وترغيت**: هو اسم لأكبر في تُثبت تصنت البيت الأبيض وعدد من الإدارات الحكوميَّة بهدف خدمة حملة الرئيس نيكسون، وقد تسبَّبت هذه الفضيحة في استقالة الرئيس نيكسون واتهامه بالكذب على المباحث الفيدراليَّة.

(٢) «**المصطنع والاصطناع**»، جان بودريار، ص(٦٤).

(٣) **المصدر السابق**، ص(٦٩).

كل شيء إلى حده النقيض؛ ليتمكَّن من البقاء في شكله المنقح)[1]، فهو يرى أنَّ ما حدث لنيكسون وغيره كان وهماً لتجاوز بعض من كان في السلطة، ليحجبوا حقيقة أنَّهم كانوا مجرد شواخص عرض للسلطة.

وفي هذا السياق لم يتساءل أحدُنا من قبل عن سبب هذا الوجوب الغريب لعرض مباريات كرة القدم في حالات الحرب والدمار الشامل، أو البرامج الترفيهيَّة التي تعرض جوائز المليون في وقت قد تكون الدولة مُعرَّضة لانهيار اقتصادي، وعدد كبير من المواطنين يعيش تحت خط الفقر، أو وجوب عرض الأفلام الكوميديَّة في نفس الوقت الذي تحدث فيه أحداث مؤلمة كانهيار مبنى، أو غرق سفينة وموت أغلب من فيها، أليست كل هذه المواقف السابقة تستلزم نوعاً من الحِسِّ يدفع إلى توقف مثل هذه العروض، حتى يستفيق الناس، ويتسنى لهم فهم ما يحدث والخروج من الدوامة الترفيهية؟

نعم، قد يبدو مثل هذا الطرح منطقياً إلَّا أن المنظومة تريد أن يستمر العرض، حتى يعتقد المشاهد أنَّ ما يحدث في الإعلام خيالي بين ما يحدث في العالم واقعي، في حين أن لا شيء ممَّا يحدث في العالم واقعي على الإطلاق، وهذا ما حكم به «بودريار» على مدينة ديزني في مقارنته إياها بالمجتمع في الولايات المتحدة عندما قال: «الغرض من «ديزني لاند» هو

---

(١) المصدر السابق، ص(٦٩).

إخفاء حقيقة أنَّ البلد الواقعي كل أمريكا الواقعية هي «ديزني لاند».

يجري تقديم «ديزني لاند» كأنَّها خيالية لدفع الناس إلى الاعتقاد أن الباقي واقعي، هذا في حين أنَّ كل لوس أنجلس وأمريكا المحيطة بها لـم تعد من زمن واقعية، بل هي من مجال فوق الواقع، فالمقصود إخفاء حقيقة أنَّ الواقع ليس واقعاً، وبالتالي إنقاذ مبدأ وجود الواقع»[(١)].

ويُمكننا كذلك من النظر إلى السجن أنَّه موجود لإيهام المجتمع أنَّه حُرٌّ، بينما المجتمع في الواقع يعيش في سجن كبير اسمه الدولة، يشمل السجن كما يشمل المجتمع، على حسب رؤية «ميشيل فوكوه».

لذلك؛ فإنَّ «بودريار» يُؤكِّد على أنَّنا «نعيش في عالـم شبيه بأصله إلى حدٍّ غريب»[(٢)].

---

(١) **المصدر السابق**، ص(٦٠، ٦١).

(٢) **المصدر السابق**، ص(٥٩).

الأزمة ولعبة الواقع

«إنَّ السُّلطة تلعب لعبة الواقع، لعبة الأزمة، لعبة إعادة صناعة رهانات اصطناعيَّة اجتماعيَّة واقتصاديَّة وسياسيَّة»[1].

فمثلاً لكي تستطيع الولايات المتحدة أن تفرض واقعاً أمنيّاً، فإنَّه عليها أن تخلق (فوق واقع) يُمثِّل تهديداً إرهابيّاً يُهدِّد أمنها، فيقبل الناس الإجراءات الأمنية التي لا يُمكن أن تكون عقلانيَّة أبداً من مراقبة الاتصالات والحسابات الإلكترونية، والتفتيش المبالغ فيه بالمطارات والأماكن المزدحمة، بدون التفكير في النقد وتحليل ما يحدث بالفعل في الواقع، وإن تذمر الناس فلا بأس من أن نقوم بتفجير هناك في «لندن» أو هنا في «بوسطن»، حتى يستقر الأمر مرَّة أخرى، ولن تكون الضحية ذات أثر يُذكر، فمجموعة من الممثلين بالإضافة إلى بعض القرابين، وفي المقابل شاب أو مجموعة من الشباب المسلم الذي ثبت ارتباطهم بالقاعدة

(١) المصدر السابق، ص(٧٤).

والتنظيمات الإرهابيَّة، فكان لابُدَّ تصفيتهم وانتهى الأمر، ولا أحد يتحقق ممَّا حدث في الواقع إلَّا من خلال قناته الإعلاميَّة المفضلة.

إنَّها الهستيريا كما يقول «بودريار»، الهستيريا المميزة لعصرنا: هستيريا إنتاج وإعادة إنتاج الواقع[1].

ومن أقوى الأمثلة التي ضربها «بودريار» على إعادة إنتاج الواقع ما ذكره عن الهولوكوست، أنَّه لم يكن من الضروري التضحية فعليّاً باليهود للاستيلاء العالمي على عاطفة الشفقة تجاه الجنس اليهودي، بل كان يكفي ـ كما يقول «بودريار» ـ أن: «نمررهم على شريط تسجيل الصوت والصورة، أو على شاشة، أو في شرائح الحاسوب، والعالم كله تأثَّر وانتحب إزاء هذه الإبادة، والإشارة إلى أن «هذا» لن يتكرر»[2].

ولكن ما لم يلاحظه المشاهد الذي يتعامل مع (فوق الواقع) بدون وعي به هو أنَّ ما عرضت من أجله الهولوكوست ـ أي: الإبادة ـ كان الغرض منه ألَّا تتكرر ثانية، ولكن ما يحدث في الحقيقة أنَّ الضحايا في الهولوكوست ـ اليهود ـ على أرض الواقع يقومون يوميّاً بإبادة أعداد لم يتخيلها هتلر في أقصى أحلامه تطرفاً، ومع ذلك لا أحد يشفق، ولا أحد يهتم، لماذا؟ إنَّه بالفعل **وضع معقد**، ولكنِّي سأحاول توضيحه كما هو:

---

(١) **المصدر السابق**، ص(٧٤).

(٢) **المصدر السابق**، ص(١٠٧، ١٠٨).

إنَّ الهولوكوست في الأصل ليست حدثاً تاريخيّاً يُوجد من الأدلة ما يكفي لإثبات وقوعه، ولكنَّه حدثٌ ذو طابعٍ دراميٍّ متلفزٍ، تمَّ عرضه على العالـم على أنَّه واقعٌ، في حين أنَّه (فوق ـ واقع) بما تحمل الكلمة من معنى، ومع ذلك كان رد الفعل العالمي هو التأثُّر بهذا الحادث المؤلـم لبني يهود، والتأكيد على أنَّ الإنسانيَّة لن تسمح بحدوث مثل هذا أبداً، ولكن ما يحدث يوميّاً من بني يهود في أرض فلسطين بقي محبوساً على أرض الواقع فقط، أمَّا في (فوق ـ الواقع)؛ فإنَّ ما يعرض أنَّ اليهود لهم الحق في بناء مستوطناتهم على الأراضي الفلسطينية، وهذا حق أعطاه العالـم لهؤلاء المساكين المشردين وأن مَن يقاومهم إرهابيون لا يدينون إلَّا بالعنف، واختصاراً لِـمَا سبق؛ فإنَّ الهولوكوست التي لـم تقع وقعت، والمذابح والمحارق اليومية في فلسطين التي وقعت ولا زالت لـم تقع! إنَّه بالفعل **وضع معقد**.

إذن فليس من المستبعد في حالة الفوق واقع هذه أن تتحوَّل الحروب إلى أفلام والأفلام إلى حروب، فإنَّ الحروب التي تقوم بها الولايات المتحدة بالفعل تشبه إلى حدٍّ بعيد الأفلام، فإنَّها لا تعرض على العالـم إلَّا من خلال الأعمال السينمائية التي تصور «المارينز» وهم يقومون بالتضحية بأنفسهم أمام العربي الهمجي الإرهابي الذي لا تعرف الرحمة إلى قلبه مدخلاً، حيث يقوم الجندي الأمريكي بتحرير المدنيين من الإرهابيين وإنقاذ الطفلة العراقية من حريق كاد أن يلتهمها، مضحيّاً ذلك البطل بنفسه في سبيل أن يرفع العَلَم الأمريكي على قاعدة الظلم الديكتاتورية

لصدام حسين، مُؤكِّداً على وجود العدل والديمقراطيَّة في البلد المعذب العراق، وعلى هذا الهراء يقوم الجمهور بالنحيب متأثراً بمدى بطولة بلده، ويبدأ الحديث في المجتمعات عن تحرير الولايات المتحدة للعراق.

رغم أنَّ الواقع أثبت أنَّ مجموعة من الجنود الأمريكيين قاموا باغتصاب فتاة في الرابعة عشرة من عمرها، وبعدها قاموا بتصفية أسرتها تماماً مستخدمين السلاح الآلي المتطور لقتل هؤلاء العُزل، فلمَّا سألت المحكمة أحدهم ويُدعى "green" عن سبب قيامه بمثل هذا الفعل، علَّل قائلاً: إنَّ هذا الفعل كان بسبب الضغوط التي تعرض لها من قيادته بقتل كلِّ ما يتحرك على الأرض من البشر في العراق، حتى ظنَّ أن العرب ليسوا بشراً، وعلى حسب أقواله لم يكن هذا شعوره وحده، بل كان شعور زملائه أيضاً[١]! فيا لشجاعة هذا الجيش العظيم الذي لولاه لم ينتشر السلام في أرجاء المعمورة!

أمَّا عن تحوُّل الفيلم إلى حرب، فلك أن تختار من غير أن تصيبك الحيرة بين العديد من الأفلام الأمريكية عالية التقنية، والتي تصور أفغانستان وإيران والعراق والمغرب على أنَّها الجحيم في صورته الأرضيَّة، فالرجال يرجمون النساء لاشتباههم في أخلاقهنَّ، والآباء يُسخِّرون بناتهم في خدمة الذكور، والأمهات جاهلات ملأت أجسادهن القذارة والأمراض، مجتمع شهواني

(١) Soldier sentenced to 110 years for Iraq murders, CHICAGO / Sun Aug 5, 2007 (Reuters).

سكير لا يعرف إلى الرقي طريقاً، ومع ذلك يمتلك أسلحة نووية جبارة في كهوف أشبه بكهوف الإنسان البدائي، ومنها يهددون السلم العالمي من خلال تحقيق حلمهم الأبدي من خلال تفجير الكرة الأرضية ومَن عليها.

فلا يكون من ردٍّ فعل للمجتمع الذي يشاهد مثل هذا السُّخف إلَّا أن يطالب حكومته بعدم التوقف عن بناء المزيد والمزيد من أسلحة الردع التي تفاجأ أنَّها عبارة عن آليات تضم طائرات وسُفن حربية لها قدرة فائقة على حمل الرؤوس النوويَّة.. مهلاً! هل أحاول أن أقول إنَّ الدول العُظمى تصنع الأسلحة النوويَّة لردع محاولة الدول الأخرى التي تقوم بتصنيع للسلاح النووي، وإن فعلت الدول الإرهابيَّة هذا؛ فإنَّ الدول العُظمى تقوم بقتل الذين يريدون القتل؛ لأنَّ القتل خطأ كبير؟

«نعم»! هذا ما أحاول أن أقوله.

ويُمكننا إذن أن نقارن بين الواقع وفوق الواقع، فيما يُعرض على الناس من خلال الإعلام بالأمثلة التالية:

بالطبع لن أطرح التعريفات لهذه المصطلحات، بل سأقوم بالمقارنة بين الواقع وفوق الواقع الذي يصنعه الإعلام.

- **الديمقراطية في «الواقع»**: نوع من حكم الأقليَّة يفرضون فيه على الأكثرية قوانينهم، ويسيطرون على كلِّ مؤسسات إدارة الدولة.... إلخ.

- **الديمقراطية في «فوق الواقع»**: حكم الشعب لنفسه،

واحترام لمبدأ المواطنة، والشكل الذي لا بديل عنه للحياة السياسية. . . . إلخ.

ـ **السلطة في «الواقع»**: هي أبشع أنواع القمع الممكن تطبيقه على الشعوب التي لا حول لها ولا قوة، فالسُّلطة تحتكر كلَّ صور العنف لإسكات أيِّ صوت للمعارضة، ومعاقبة كل مَن يخرج عن حُسن السير بالسجن والاعتقال والتعذيب، ولا تعترف بإمكانيَّة تبنِّي جماعة منظمة لمبادئ الإصلاح السياسي، أو الاجتماعي، أو الاقتصادي.

ـ **السلطة في «فوق الواقع»** ـ بالطبع بعد ابتسامة عريضة ـ: السُّلطة هي من الشعب، فمِن غيرك أنت أيُّها الناخب ما كان للحاكم شرعيَّة، فأنت السُّلطة ولأجلك السُّلطة، ونحن هنا في السُّلطة لخدمتك أنت أيُّها الشعب الجميل.

ـ **التعليم المنظم ـ المدرسة ـ في «الواقع»**: هي المؤسسة التي تشكِّل وعي الطلاب على تقبل المجتمع كما هو.

ـ **التعليم المنظم في «فوق الواقع»**: هي المؤسسة المقدسة التي من غيرها ينهار المجتمع، ويسودُ الجهل أرجاء المعمورة.

ـ **الفلسطينيون في «الواقع»**: وطنٌ اغتصبت أرضه، وقُتل شعبه.

ـ **الفلسطينيون في «فوق الواقع»**: إرهابيُّون يُريدون منع اليهود من حقِّهم الشرعي في بناء مستوطناتهم.

إدوارد سعيد، وتغطية الإسلام

في هذا الفصل: سأقوم باختيار نموذجاً لـ«فوق الواقع»، وهو الإسلام من خلال مؤلف «تغطية الإسلام» لإدوارد سعيد بصورة مختصرة، إنَّ إدوارد سعيد يرى أنَّ مصطلح الإسلام «بالصورة التي يشيع فيها لدى الغربيين لا ينطبق انطباقاً واقعيّاً على صور الحياة البالغة التنوع داخل عالم الإسلام»[1].

ويقول أيضاً: «فلقد أدَّى استعمال مصطلح «الإسلام» إلى السماح بقدر واضح من الأخطاء، وبأقوال تنمُّ عن التعبير عن التحيز العرقي الشديد، والكراهية الثقافية، بل والعنصرية، والعداء العميق الذي قد يتذبذب صعوداً وهبوطاً، ويجري ذلك كلُّه في إطار ما يفترض أنَّه تغطية منصفة متوازنة مسؤولة للإسلام، وبغضِّ النظر عن عدم تناول أجهزة الإعلام للمسيحيَّة أو لليهوديَّة بنفس الحماس الانفعالي الذي تتناول به الإسلام، ودائماً ما يفترض أنَّ

(١) **«تغطية الإسلام»**، إدوارد سعيد، ص(٢٩).

«السلام» الذي يتحدثون عنه شيء حقيقي ثابت له وجود واقعي في المكان الذي تصادف أن وجدت فيه إمدادات بترولهم[1].

يقول إدوارد سعيد في فصل «الإسلام والغرب»:

«عندما أرادت شركة أديسون المتحدة بنيويورك (شركة كون إيد) أن تقنع الأمريكيين ضرورة توفير مصادر بديلة للطاقة، أذاعت إعلاناً تلفزيونيّاً مُثيراً في صيف عام (١٩٨٠)، يتضمَّن لقطات متحركة قديمة لبعض الشخصيات المعروفة في منظمة البلدان المصدرة للنفط أوبك، مثل الدكتور زكي يماني، والعقيد معمر قذافي، وبعض الشخصيات العربية التي تلبس الزي العربي، وإن تكن أقل شهرة، ويمزج بينها بالتناوب وبين اللقطات الثابتة الأخرى، إلى جانب لقطات لشخصيات أخرى ارتبطت أسماؤها بالنفط والإسلام مثل الخميني، وعرفات، وحافظ الأسد، ولم يشرِ الإعلان إلى أي من الشخصيات باسمها، ولكن المذيع قال بصوت المنذر المحذر إن «هؤلاء الرجال» يتحكَّمون في مصادر النفط الأمريكية، وكان صوت المذياع القادم من الخلفية ذا نبرات وقورة، ولم يفصح عن أسماء «هؤلاء الرجال»، ولا عن البلدان التي ينتمون إليها، بل ترك المشاهدين يشعرون بأن هذه الكوكبة من الأشرار الذكور قد أوقعوا الأمريكيين في قبضة من يتلذذ بتعذيبهم دونما ضابط أو رابط، وكان يكفي أن يظهر «هؤلاء الرجال» على هذا النحو الذي ظهروا به في الصحف والتلفزيون

(١) المصدر السابق، ص(٢٩، ٣٠).

حتى يعتري الأمريكيين مزيج من مشاعر الغضب والاستياء والخوف، وكانت هذه المشاعر التي عمدت شركة «كون إيد» إلى إثارتها واستغلالها فوراً لأسباب تجارية محليَّة، تماماً كما حدث قبل عام واحد، عندما ألحَّ ستيوارت أيزنستات مستشار الرئيس كارتر لسياسات المحلية، على الرئيس أن يتخذ خطوات قوية لحشد الأمة، والالتفاف حول أزمة حقيقية وتحديد عدو واضح لنا «منظمو أوبك».

ويتضمَّن إعلان شركة «كون إيد» عنصرين يشكلان معاً موضوع هذا الكتاب:

الأول هو: بطبيعة الحال الإسلام، أو بعبارة أخرى صورة الإسلام في الغرب بصفة عامة، وفي الولايات المتحدة بصفة خاصة.

الثاني هو: استخدام هذه الصورة في الغرب، وخصوصاً في الولايات المتحدة.

وكما سوف نرى يرتبط العنصران بعضهما بالبعض ارتباطاً يكشف لنا في النهاية عن الكثير في الغرب وفي الولايات المتحدة، مثلما يكشف لنا ـ بوسائل أقل وضوحاً وطرافة ـ عن بعض جوانب الإسلام[1].

ثم يستمر «إدوارد سعيد» إلى نهاية الكتاب مُوضِّحاً كيف أن صورة الإسلام وعَلاقته بالغرب، صورة لا عَلاقة لها بالواقع الحقيقي.

وفي النهاية يبدو الأمر لو أنَّنا نعيش في عالم اللَّاواقع واللَّاحقيقة، فلا يوجد فيما يحدث في العالم اليوم إلَّا حقيقة السلطة وحقيقة الفقر، وحقيقة الجهل.

---

(١) المصدر السابق، ص(٦٨، ٦٩، ٧٠).

الباب الثاني

الفصل الأول

وسائل الاتصال وشكل المجتمع المعاصر

بالطبع قد ساهم الإعلام بالإضافة إلى عوامل أخرى للإبقاء على تماسك المنظومة في تشكيل المجتمع على النحو الذي رأيناه، وهذا ما سيجعلنا نتوقف مع رؤية قديمة، إلَّا أنَّها تُعتبر بشكل أو آخر من أهم الرؤى المتعلقة بالشكل الذي يكون عليه المجتمع، والذي يتحدد من خلال «وسيلة الاتصال» التي يستخدمها أفراد المجتمع فيما بينهم، تنسب هذه الرؤية إلى «مارشال ماكلوهان» حيث يرى: أنَّ كل تغيير يصيب المجتمعات في الحقب الزمنيَّة على مرِّ التاريخ يرجع إلى شكل وسيلة الإعلام والاتصال التي تربط أفراد المجتمع بما حولهم.

وسائل الاتصال وشكل المجتمعات

ولعلَّ هذه الرؤية لـ «ماكلوهان» والتي ظهرت قبل نحو أربعين عاماً، ما تزال حتى اليوم أكثر النظريات الإعلاميَّة انتشاراً ووضوحاً في الربط بين الرسالة والوسيلة الإعلاميَّة، والتأكيد على أهمية الوسيلة في تحديد نوعية الاتصال وتأثيره، حيث يرى ماكلوهان (**أنَّ الوسيلة هي الرسالة**)، ويُوضِّح أنَّ مضمون وسائل الإعلام لا يُمكن النظر إليه مُستقِّلاً عن تقنيات الوسائل الإعلاميَّة، فإنَّ طبيعة وسائل الإعلام التي يتصل بها الإنسان تُشكل المجتمعات أكثر ما يُشكِّلها مضمون الاتصال.

ومن هنا: فليس من الممكن التعامل مع الإعلام باعتباره مُنفصلاً عن وسائل الاتصال بين أفراد المجتمع، فالإعلام جزء من الاتصال، إلَّا أن الاتصال أعم وأشمل.

فالاتصال عبارة عن: عملية تفاعل بين طرفين من خلال رسالة معينة، فكرة، أو خبرة، سواء كان هذا الاتصال بين شخصين أو أكثر، أو بين شخص ووسيلة أخرى كالصحيفة أو

التلفاز، ويُمكن كذلك أن نعتمد تعريفاً مبسطاً وشاملاً للاتصال:

«إنَّ الاتصال عمليَّة يتمُّ بمقتضاها تفاعل بين مرسل ومستقبل ورسالة في مضامين اجتماعيَّة معينة، وفي هذا التفاعل يتمُّ نقل أفكار ومعلومات ومنبهات بين الأفراد عن قضية، أو معنى مجرد أو واقع معين».

ولكن حسب رؤية «ماكلوهان»، فإنَّ الإعلام هو الذي يُشكل الرسالة، وليس المضمون الإعلامي هو الرسالة أي ليس المعلومات والموضوعات المنقولة هي الرسالة، بل الوسيلة الإعلاميَّة المستخدمة هي الرسالة، ولوضوح هذا التصور أكثر يُمكن القول إنَّ هناك أسلوبين أو طريقتين للتعامل مع وسائل الإعلام من حيث:

(١) إنَّها وسائل لنشر المعلومات والترفيه والتعليم.

(٢) إنَّها جزء من سلسلة التطور التكنولوجي.

فإذا نظرنا إليها على أنَّها وسيلة لنشر المعلومات والترفيه والتعليم، فنحن نهتم أكثر بمضمونها وطريقة استخدامها، والهدف من ذلك الاستخدام.

وإذا نظرنا إليها كجزء من العملية التكنولوجيَّة التي بدأت تغير وجه **المجتمع** كلَّه، شأنها في ذلك شأن التطورات الفنية الأخرى، فنحن حينئذٍ نهتم بتأثيرها، بصرف النظر عن مضمونها.

يقول «مارشال ماكلوهان» (مضمون) وسائل الإعلام لا يُمكن النظر إليه مستقلاً عن تكنولوجيا الوسائل الإعلاميَّة نفسها،

فالكيفيَّة التي تعرض بها المؤسسات الإعلاميَّة الموضوعات، تُؤثِّر بشكل كبير في طريقة تفكير المجتمع المتلقي لها، ومن الممكن أن تعيد تشكيله.

هذه الرؤية لـ«ماكلوهان» من الممكن إطلاق عليها اسم: (الحتمية التكنولوجية) Technological Determinism، فبينما كان «كارل ماركس» يُؤمن بالحتمية الاقتصاديَّة، وبأنَّ التنظيم الاقتصادي للمجتمع يشكِّل جانباً أساسيّاً من جوانب حياته؛ وبينما كان «فرويد» يُؤمن بأنَّ الجنس يلعب دوراً أساسيّاً في حياة الفرد والمجتمع، يؤمن «ماكلوهان» بأنَّ الاختراعات التكنولوجية المهمة هي التي تُؤثِّر تأثيراً أساسيّاً على المجتمعات.

تُؤكِّد هذه الحتمية على حسب «ماكلوهان» أنَّ وسائل الإعلام التي يستخدمها المجتمع أو يضطر إلى استخدامها ستحدد طبيعة المجتمع، وكيف يعالج مشاكله، كما أنَّ أيَّ وسيلة جديدة أو امتداد للإنسان، يشكلان ظروفاً جديدة محيطة تُسيطر على ما يفعله الأفراد الذين يعيشون في ظلِّ هذه الظروف، وتُؤثِّر على الطريقة التي يُفكِّرون ويعملون وَفقاً لها.

وإن كانت هذه الوسائل تُوفِّر نوعاً من الترفيه والتسلية وتيسير الوصول إلى المعلومات؛ فإنَّها أيضاً على حسب ما رأى «ماكلوهان» تشكل تهديداً في الوقت نفسه؛ لأنَّه كما تُمَكِّن هذه الوسائل من توفير المعلومات وغيرها وعرضها بصورة متطورة على الحواس؛ فمن الممكن أيضاً أن تستخدم أساليب تُمَكِّن المنظومة

من السيطرة على **المجتمع**، ولكي نمنع احتمال مثل هذا التهديد يُؤكِّد «ماكلوهان» **على أهمية إحاطة الناس بأكبر قدر ممكن من المعلومات عن وسائل الإعلام؛ لأنَّه «بمعرفة كيف تشكل التكنولوجيا البيئة المحيطة بنا، نستطيع أن نسيطر عليها، ونتغلب تماماً على نفوذها أو قدرتها الحتمية»**.

ولعلَّ أحد أهم الأسباب التي أدَّت إلى القيام بهذا البحث، هو ما أشار إليه «ماكلوهان» أنَّ الفرد عليه أنْ يفهم كيف تستطيع المنظومة الصمود في وجه التغييرات التي تُصيب المجتمع بينما تظلُّ هي متماسكة، وما هي الوسائل التي تستخدمها المنظومة لفرض السيطرة على الأفراد[1].

---

(١) انظر: «**نظريات الاتصال**»، د. محمد جاسم فلحي الموسوي.

تطور وسائل الاتصال

لأجل مزيد من التوضيح للعَلاقة التي تكون بين المجتمع ووسائل الإعلام كان لابُدَّ من المرور على مراحل تطور المجتمع من خلال تطور وسائل الاتصال.

تطور وسائل الاتصال عند ماكلوهان:

(١) **المرحلة الشفهيَّة**: وتُعرف بمرحلة ما قبل التعلم؛ أي: المرحلة القبلية Totally Oral, Preliterate, Tribalism.

(٢) **مرحلة كتابة النُّسخ** Codification by Script التي ظهرت بعد هومر في اليونان القديمة، واستمرت ألفي عام.

(٣) **عصر الطباعة**: من سنة ١٥٠٠ إلى سنة ١٩٠٠ تقريباً.

(٤) **عصر وسائل الإعلام الإلكترونية**: من سنة ١٩٠٠ تقريباً حتى الوقت الحالي.

وكما سبق؛ فإنَّ طبيعة وسائل الإعلام المستخدمة في كل مرحلة تساعد على تشكيل المجتمع أكثر ممَّا يُساعد مضمون تلك الوسائل على هذا التشكيل.

أولاً: الاتصال الشفهي:

وَفقاً لما يقول «ماكلوهان»؛ فإنَّ الناس يتكيَّفون مع الظروف المحيطة عن طريق توازن الحواس الخمس (السمع، والبصر، واللمس، والشم، والتذوق) مع بعضها البعض، وكل اختراع تكنولوجي جديد يعمل على تغيير التوازن بين الحواس، فقبل اختراع «جوتنبرج» للحروف المتحركة في القرن الخامس عشر كان التوازن القلبي العاطفي القديم هو ما يسيطر على حواس الناس، حيث كانت حاسة السمع هي المسيطرة.

في العصر «الاتصال الشفهي» كان الإنسان معتمداً على العواطف أكثر من الفكر، معتمداً على الإلهام البدائي أو الخوف، إذ كان الاتصال في هذا المجتمع معتمداً على المشافهة والسماع، فما كان للإنسان من سبيل للوصول إلى المعلومة من خلال قراءتها والاطلاع عليها، إنَّما كانت تُفرض عليه فرضاً من غيره ممَّن يملك المعلومة، ولم يكن لهذا الزمن حدود ولا اتجاه ولا أفق، فكان الزمن والمسافة يتمُّ إدراكهما سمعيّاً ونظراً.

كان الناس في ظلِّ هذا النظام يحصلون على معلوماتهم أساساً عن طريق الاستماع إليها من أناس آخرين، فقد اقترب الناس من بعضهم البعض، في شكل قبلي، وقد فرض عليهم أسلوب حصولهم على المعلومات أن يُؤمنوا بما يقوله الآخرون لهم بشكل عامٍّ؛ لأنَّ تلك هي المعلومات الوحيدة المتوافرة لهم، (فالاستماع كان يعني الإيمان).

وقد أثَّر أسلوب الاتصال على الناس وجعلهم عاطفيين أكثر، وذلك؛ لأنَّ الكلمة المنطوقة عاطفية أكثر من الكلمة المكتوبة، فهي تحمل عاطفة بالإضافة إلى المعنى، وكانت طريقة تنغيم الكلمات تنقل الغضب، أو الموافقة، أو الرعب، أو السرور، أو التهكم.... إلخ.

لكن يبدو أنَّ ريشة الكتابة وضعت حدوداً للكلام كما كانت الكتابة هي الأداة أو الوسيلة الأساسيَّة التي جعلت دورة الحضارة تبدأ، فكانت خطوة إلى الأمام، وتعلم الإنسان رسم ما يقوله (الحديث) ولغة العيون، كما تعلم كيف يلون الفكر ويجعل له بناء أو كيان.

ثانياً: الاتصال السطري (المطبوع):

باختصار، يُمكنُنا أن نقول: إنَّ مجتمعات ما قبل التعلم كانت تحتفظ بالمضمون الثقافي في ذاكرة أجيال متعاقبة، ولكن تغيَّر أسلوب تخزين المعرفة حينما أصبحت المعلومات تختزن عن طريق الحروف الهجائية، وبهذا حلَّت العين محلَّ الأذن كوسيلة للحس إضافية، التي يكتسب بفضلها الفرد معلوماته، تعتمد على العين فقط وما يُلقى من خلال القراءة في العقل من صور ذهنية تتناسب مع المخزون الثقافي لكل فرد.

يُؤكِّد «ماكلوهان» أنَّ العين لا تستطيع أن تختار ما تراه، ولا تستطيع أن ترجو الأذن أن تتوقف عن الاستماع، فأجسامنا أينما وُجدت تشعر، سواء بإرادتنا أو رغماً عنَّا، وقد أكمل

اختراع «جوتنبرج» ثورة الحروف الهجائيَّة، فأسرعت الكتب بعمليَّة فك الشيفرة التي نسميها قراءة، وتعددت النسخ المتطابقة، وساعد المطبوع على نشر الفردية؛ لأنه شجع ـ كوسيلة، أو أداة شخصية للتعليم ـ المبادرة والاعتماد على الذات، ولكن عزل المطبوع البشر، فأصبحوا يدرسون وحدهم، ويكتبون وحدهم، وأصبحت لهم وجهات نظر شخصية، عبّروا بها عن أنفسهم **للمجتمع** الجديد الذي خلقه المطبوع، وأصبح التعليم الموحد مُمكناً.

إنَّ تطور الصحافة المطبوعة في القرن الخامس عشر بفضل اختراع «جوتنبرج» للحروف المتحركة، كان أكثر الابتكارات التكنولوجية تأثيراً على الإنسان، فالمطبوع جعل الإنسان يتخلَّص من القبيلة في رأي «ماكلوهان».

وبفضل الصحافة المطبوعة: حدث تغيُّر جذري، فبدأ الأفراد يعتمدون في الحصول على معلوماتهم أساساً على الرؤية؛ أي: على الكلمة المطبوعة، لذلك أصبحت حاسة الأبصار هي الحاسة المسيطرة، بدلاً من الاعتماد على الاستماع؛ أي: على الكلمة المنطوقة.

فأصبح ـ مثلاً ـ بإمكان سكان بلدة أن يُرحِّبوا بالزائر من خلال لافتة مكتوب عليها رسالة الترحيب «مرحبا بك في مدينة. . .».

حوَّل المطبوع الأصوات إلى رموز مجردة ـ إلى حروف ـ وأصبح المطبوع يعتبر تقدماً منتظماً للتجريد، وللرموز البصرية،

وساعد المطبوع على تطوير العادات، ووضع كل شيء بنظام في فئات «المهن»، و«الأسعار»، و«المكاتب»، و«التخصصات».

وفي النهاية يقول ماكلوهان: إنَّ «جميع الأشكال الميكانيكية برزت من الحروف المتحركة، فالحروف نموذج لكل الآلات»، هذه الثورة التي حدثت بفضل المطبوع فصلت «القلب عن العقل»، و«العلم عن الفنون»، ممَّا أدَّى إلى سيطرة التكنولوجيا والمنطق السطري.

ثالثاً: العودة إلى الاتصال الشفهي:

يُسمي ماكلوهان المرحلة التي نعشيها حاليّاً عصر: «الدوائر الإلكترونية»، كما تتمثَّل بشكل خاصٍّ في التليفزيون والكومبيوتر، فالإلكترونيات، بتوسيعها وتقليدها لعمل العقل البشري، وضعت نهاية لأسلوب تجريد الواقع، وأعادت القبلية للفرد مرة أخرى، ممَّا أحدث نتائج ثقافية واسعة النطاق.

يقول ماكلوهان: إنَّ الأنماط الكهربائية للاتصال، مثل التلغراف، والراديو، والتليفزيون، والسينما، والتليفون، والعقول الإلكترونية، تُشكِّل هي الأخرى الحضارة في القرن العشرين وما بعده، فأصبحت عادة قراءة الكتاب أو الجريدة مختلفة عمَّا مضى، فيقول ماكلوهان: «إنَّ الناس لا يقرأون الجريدة فعلاً، بل يدخلونها كل صباح مثلما يأخذون حماماً ساخناً».

فالجريدة موجودة للإحساس بالاشتراك، وليس القراءة والتدبر، للإحساس بالمساهمة في شيء، يستخدمها الفرد بشكل

كلي، يقفز فيها كأنَّها بركة سباحة، **ويقول «ماكلوهان»**: إنَّه حينما يزيد اشتراك الفرد في شيء يقلُّ فهمه له، ولكنَّه يعني (الفهم) وَفقا لوجهة النظر السطرية القديمة: أن يكون الإنسان واعياً بالقدر الذي تحويه السطور من معانٍ.

وَفقاً لماكلوهان: فإنَّ العالَـم الذي كُنَّا نعيش فيه قبل عصر الكهرباء كان عالـماً مُجرَّداً ومتخصِّصاً جدّاً، فبينما عملت الحروف الهجائية وتكنولوجيا المطبوع على تشجيع وتطوير عمليَّة التجزئة والتخصص، وعدم الاندماج الكلي في المجتمع، نجد أنَّ تكنولوجية الكهرباء تقوي وتشيع التوحيد والاشتراك.

وسائل الإعلام الإلكترونية بدأت تغييراً كبيراً في توزيع الإدراك الحسي، أو كما يُسميها ماكلوهان: (نسب استخدام الحواس) Sensory Ratios، اللوحة أو المكتبة نشاهدها من خلال حاسة واحدة وهي الرؤية.

أمَّا السينما والتلفزيون: فتجذبنا ليس بواسطة المشاهدة، لكن أيضاً بالاستماع، وتعدل وسائل الإعلام الظروف المحيطة بنا؛ لأنَّها تجعل نسب استخدام حواسنا تتغير في عمليَّة الإدراك، امتداد أي حاسة يعدل الطريقة التي نفكر ونعمل بمقتضاها، كما يعدل امتداد تلك الحواس الطريقة التي ندرك بها العالـم، وحينما تتغير تلك النسب يتغير الإنسان.

ومن ناحية أخرى: يرى ماكلوهان أنَّ وسائل الإعلام الجديدة تحول العالم إلى (قرية عالمية) Global Village تتصل في

إطارها جميع أنحاء العالـم ببعضها مباشرة، كذلك تقوّي تلك الوسائل الجديدة العودة (للقبلية) في الحياة الإنسانية، فعالمنا أصبح عالـماً من نوع جديد، توقف فيه الزمن واختفت فيه (المساحة)، أي: لـم يعد العامل الزماني أو المكاني يُشكِّل عقبة للتواصل الإنساني، فنحن نعيش مع بعضنا البعض في اللَّامكان واللَّازمان من خلال الشبكة الاجتماعية الجديدة، التي كانت قد فصلتنا عنها قرون قليلة من التعليم.

وبسبب سرعة تداول المعلومات لـم نعد نستطيع أن ننتظر ونرى، ولـم تعد الوسائل البصرية المجردة في عالـم الاتصال السريع صالحة لفهم العالـم، فهي بطيئة جدّاً ممَّا يُقلِّل من فاعليتها، ولسوء الحظ نواجه هذا الظرف الجديد بعقلية قديمة.

أجبرنا هذا العالـم من خلال سرعة تداول المعلومات على أن نبتعد عن عادة تصنيف المعلومات، وجعلنا نعتمد أكثر على أدراك الشكل الكلي، لـم يعد في الإمكان أن نبني شيئاً في تسلسل.

تلك العادة التي كانت قد فرضتها وسيلة الإعلام المطبوعة، فكانت عبارة عن نظم من الكلمات كلمة بعد أخرى، وجملة بعد أخرى، وفقرة بعد أخرى، وشيء واحد في الوقت الواحد، في خط منطقي متصل، وقد كان تأثير هذا التفكير السطري عميقاً، وأثَّر على كل جانب من جوانب المجتمع المتعلم.

أمَّا المجتمع الذي يعتمد على حاسة الاستماع Far-

Oriented أكثر، لن يعمل أو يستجيب بهذا الأسلوب (شيء واحد في الوقت الواحد)، ولكنَّه سيميل إلى استقبال خبرات كثيرة، في نفس الوقت، والتعبير عنها.

إلَّا أنَّ أفكار ماكلوهان أصبحت في السنوات الأخيرة، موضع انتقاد أو تعديل أو تشكيك من قِبل بعض الباحثين، ولعلَّ أهم انتقاد طرأ على رؤية «القرية العالمية» التي زعم ماكلوهان وجودها، أنَّها لم يكن لها وجود حقيقي في المجتمع المعاصر[1].

أو بمعنى أخر ـ كما يقول «فرانسيس بال» في كتابه «الميديا»: أصبحت القرية الكونية صعبة الفهم، لا شكَّ أنَّ الأفراد، مثل الشعوب، يريدون أن يشبه بعضهم البعض الآخر، وفي الوقت نفسه يتميَّز بعضهم عن بعضهم الآخر، ووسائل الاتصال توفر لهم اليوم أفضل من الأمس إمكانية الخضوع أكثر وباستمرار إلى الإغرائيين معا...، أكمل «زبغنيو بريجنسكي» أستاذ العلوم السياسية ومستشار «جيمي كارتر» فكرة «مارشال ماكلوهان» أنَّ العالم ليس قرية، بل مدينة عالمية، فمع وسائل الاتصال والإعلام، يمكن تشبيه ـ هذه المدينة ـ بعقدة من العلاقات المترابطة، العصبية الهائجة والمتوترة، ممَّا يُعرِّض كل واحد من سكانها إلى أهوال العزلة، بدلاً من أن تُقدِّم له حرارة التضامن كما في قرية «مارشال ماكلوهان»[2].

---

(١) **المصدر السابق.**

(٢) **«الميديا»**، فرنسيس بيل، ص(١٣١، ١٣٢).

وبعد عرض هذه الرؤية لوسائل الاتصال: لا تجد أحداً يهتم بالوسيلة التي يقوم باستخدامها، العجيب أنَّ «ماكلوهان» من عام (١٩٦٠م) قد أكَّد على أنَّ الفرد عليه أن يتعرَّف على مدى تأثير وسيلة الاتصال عليه، حتى يتجنب المخاطر التي من الممكن أن تترتب عليها، ولكنَّنا مع ذلك نشهد إقبالاً متزايداً من جانب الأفراد على امتلاك هذه الوسائل، بل والاستعاضة بها عن الاتصال المباشر مع أفراد آخرين، ومن هنا تتمثَّل مظاهر التفتت في فئات المستقبلين، في ميل الأفراد إلى الانعزال، كما أنَّ وسائل الاتصال الجديدة تمنح الأفراد القدرة على خلق بيئة الاتصال التي تناسبهم، وأدَّى ظهور هذه الوسائل الجديدة إلى تناقص المعرفة التي يحصل عليها عن طريق التعرض العشوائي لمواد الاتصال، وتناقص الاتصال الجدلي بين الجماعات والطبقات ليحلَّ محلَّه اتصالٌ متزايد داخل كلٍّ جماعة أو فئة.

كل ذلك سنلقي عليه الضوء في الفصول القادمة، ممَّا يتيح لنا فرصة للتعرف على شكل المجتمع الجديد.

انهيار الواقع
المجتمع الافتراضي

إذا أردنا أن نُناقش شكل المجتمع الجديد حسب رؤية «مارشال ماكلوهان»، والتي تُعَدُّ من أنسب الرُّؤى، فيما يتعلَّق بتأثير وسيلة الاتصال والوسيلة الإعلاميَّة على شكل المجتمع الذي يقوم باستخدامها؛ فإنَّ ما لا يدع مجالاً للشَّكِّ: أنَّ الملامح الأساسيَّة للحياة الإنسانيَّة قد أصابتها تغييرات جوهريَّة يتمُّ مُلاحظتُها بشدَّة فيما يتعلَّق بالاتصال والاجتماع بين أفراد المجتمع.

إنَّ المجتمع المعاصر/الافتراضي تبدَّلت وسائل الاتصال فيه بأخرى شبيهة لها في المضمون، فعلى سبيل المثال استبدلت الرسائل الخطيَّة بالرسائل الإلكترونيَّة، والجلسات العائليَّة والاجتماعيَّة بالـ Chatting/ الدردشة، التي يبدو من المستحيل أن تتوقَّف، فلا الزمان ولا المكان أصبح لهما من تأثير يُذكر، فلم يعُد شرطاً لأنْ تتواصل مع المجتمع أن تتواجد بجسدك في

المكان الذي يتواجدون فيه، حتى ولو كان هذا المجتمع في اليابان وأنت في مصر.

قد يبدو الأمر أنَّ هناك تشابهاً بين ما سبق وبين أن تجري اتصالاً هاتفيّاً مع أحد على نفس المسافة، ولكن الفرق كبير، فالاتصال بين فردين لا عَلاقة له باتصال الفرد بمجتمع قد يضم عشرات الأشخاص، وضعٌ كهذا كان غير قابل للتحقُّق في الماضي.

إنَّ المجتمع الجديد قد تجاوز الزمان والمكان، فبينما يكون الفرد بداخل هذا المجتمع؛ فإنَّه يصبح في اللَّامكان واللَّازمان، فإن كنت تقوم بإجراء اتصال بعشرة أفراد مثلاً من الولايات المتحدة واليابان والمغرب. . . إلخ، فما هو الزمان والمكان الذي تكونون فيه بالفعل؟

يقول د. بهاء الدين مزيد: «ويبدو أنَّ البشر طوال تاريخهم ظلُّوا يبحثون عن عالم موازٍ يعبِّرون فيه عمَّا لا يستطيعون أن يعبِّروا عنه في عالمهم الواقعي، ويحقِّقون من خلاله ما لا يستطيعون تحقيقه في حيواتهم المحدودة بقيود الزمان والمكان، والقواعد والتنظيمات الاجتماعيَّة، لقد ظلَّ البشر منذ فجر التاريخ يتطلَّعون إلى الانعتاق من حدودهم التي يرونها خانقة أحياناً بسبب ظروفهم الاجتماعيَّة أو الاقتصاديَّة أو النفسيَّة، فتصوَّر الإغريقُ عالماً من الآلهة وأنصاف الآلهة يسكنون جبال الأوليمب Olympus Mountains، ونسج القدماء المصريُّون عالماً من

الأساطير، وتصوَّر غيرُهم عالـماً من «الجنيَّات»، وحاك البشر في مختلف أنحاء العالـم الأساطير عن تلك العوالـم الموازية، ومن البشـر مَن يهرب إلى الأحلام، ومنهم مَن يهرب إلى الأوهام، ففي الأحلام عوالـم افتراضيَّة لا حصر لها منها ما يتجسَّد في الواقع، ومنها ما يبقى حُلماً أو كابوساً، وفي الأوهام تهوين أو تهويل، ومن الناس مَن يهرب إلى عالـم المسلسلات الدراميَّة والأفلام السينمائيَّة، وفيها عوالـم رَحبة من الأحلام والأوهام والخرافات، ومن المفكِّرين والفلاسفة مَن نَسَجَ عالـماً طوباويّاً مثاليّاً»[1].

كيفما كانت الصور التي أرادها البشر للعالـم الافتراضي من قبلُ؛ فقد كان من الممكن أن يتمَّ دراستها من خلال علماء النفس والاجتماع، أمَّا هذا الشكل الجديد للمجتمع فليس مجتمعاً حقيقيّاً، بل هو مجتمع افتراضي؛ لذلك يقوم بدراسته عِلم يجمع بين علوم الحاسوب وعلوم الاجتماع، حيث يهدف إلى بحث مسألة الاتصال عبر الحاسوب، ونشوء ما يُسمِّيه الكاتب «الاجتماعيَّة الإنترنيتيَّة»؛ إذ يتفاعل الإنسان مع الحاسوب، ويتحوَّل إلى «إنسان رقمي افتراضي» يعيش على الشبكة المعلوماتيَّة، ويتواصل مع غيره في كافة أنحاء عالمنا الكبير، هذا الإنسان يُسميه ابن رحومه «الإنسوب» ـ وهي مزيج من «الإنسان»، و«الحاسوب»[2]!

---

(١) **«المجتمعات الافتراضيَّة بديلاً عن الواقعيَّة»**، بهاءالدين مزيد، ص(٣).

(٢) **المصدر السابق**، ص(٤).

ما المجتمع الافتراضي؟

من الممكن أن يتمَّ تعريف المجتمع الافتراضي على أنَّه: «جماعة من البشر تربطهم اهتمامات مُشتركة، ولا تربطهم بالضرورة حدود جغرافيَّة، أو أواصر عِرقيَّة أو قَبليَّة أو سياسيَّة أو دينيَّة، يتفاعلون عبر وسائل الاتصال ومواقع التواصل الاجتماعي الحديثة، ويطوِّرون فيما بينهم شروط الانتساب إلى الجماعة، وقواعد الدخول والخروج، وآليات التعامل، والقواعد والأخلاقيات التي ينبغي مراعاتها»(١).

يضمُّ هذا التعريف عدداً من الشروط للمجتمع الافتراضي، ولعلَّ من أهمها: عدم ارتباط أفراده بأهم شرط لتشكيل المجتمعات، أقصد: الحدود الجغرافية، والأعراف، والأديان، والأواصر العِرقيَّة.

---

(١) المصدر السابق، ص(٤).

مراحل تطوُّر المجتمع الافتراضي:

تسعى المجتمعات الافتراضيَّة من خلال هذه المراحل إلى الشعور بالمجتمع أو الجماعة، وهذه المراحل:

(١) الشعور بالانتماء belonging إلى جماعة من خلال عُضويَّتها، ومتابعة ما يحدث فيها، وسهولة التفاعل مع أفرادها وأحداثها.

(٢) الشعور بالقدرة على التأثير influenc/impact في تلك الجماعة، أو المجتمع الافتراضي من خلال رُدود الأفعال التي يتلقَّاها الفرد من بقية أعضاء الجماعة، أو أفراد المجتمع الافتراضي، وكذلك التأثُّر بما يحدث في ذلك المجتمع.

(٣) تبادل الدعم support، وإشباع الحاجات النفسيَّة والشعوريَّة، والارتباط الوجداني بأفراد الجماعة من خلال تبادل التهاني، والتعازي، والمواساة، والنصيحة، وبطاقات المعايدة، وما إلى ذلك.

(٤) الحضور والتواجد availability، وهما نقيضَا العُزلة والغياب اللَّذين نتجَا عن هيمنة القيم الماديَّة، وانشغال الجميع بتأمين أسباب الحياة، فلا يُتصوَّر أن يبقى المرءُ طويلاً في مجتمع افتراضي ليس فيه مَن يتواصل معه، لا يسمع فيه إلَّا صدى صوته، ومع ذلك؛ **فإنَّ الأمر ينتهي بالشعور بالتواجد في الافتراضي والعزلة عن الواقعي.**

(٥) الثقة trust لا يستطيع الفردُ أن يشعر بالانتماء إلى

جماعة أو مجتمع لا يثقُ في أحد من أفراده، ولا يشعر بالأمان فيه.

الخلفيّة المُشتَركَة common background تزداد قوَّة العَلاقات الافتراضيَّة كُلَّما تأسَّست على خلفيَّة مُشترَكة في العالم الواقعي[1].

هذه المراحل إن كانت موجودة بالفعل في المجتمع الواقعي فمن الصعب أن تجد مَن مرَّ بها على الحقيقة بالمجتمع الافتراضي.

غايات المجتمع الافتراضي:

من المُمكن أن تكون غايات المجتمع الافتراضي تماماً كغايات الواقعي، كالغايات: «الدينيَّة (كالدعوة) ـ التجاريَّة ـ السياسيَّة ـ التعليميَّة ـ الترفيهيَّة ـ الوهميَّة ـ العاطفيَّة».

عندما تشابهت الغايات بين المجتمعين سعى العُلماء إلى التعرُّف على السبب الذي قد يدعو الفرد أن يستبدل هذا بذاك.

---

(١) المصدر السابق، ص(٦).

سمات المجتمع الافتراضي

من أهم سمات المجتمع الافتراضي:

الانتهاء بالعزلة والانفراد، على الرُّغم من الوعود الدائمة بالانفتاح على العالم، وتواصل الأفراد بمَن حولهم بسهولة ويسر، ومن العجيب ـ كما أشار د. محمد مزيد ـ أنَّ هذه المجتمعات كانت قد أُنشئت لأغراض شتَّى منها تخليص الناس من عُزلتهم، وإن كان الإنسان في اتصال دائم بالناس من حوله فلماذا لا يلتقي بصديقه الذي يتواصل معه على الفيس بوك، من خلال اللقاء؟ لماذا أصبح المجتمع دائماً مشغولاً على الرُّغم أنَّ سبب انشغاله عن التواصل بمَن حوله هو التواصل بمَن حوله؟ لماذا يطلب الابن من أمه إعداد الغذاء من على صفحتها على الفيس بوك أو تويتر وهما في نفس المنزل!

النتيجة من تطور المجتمع الافتراضي: الوصول إلى الانقطاع الجزئي عن العالم الواقعي بالتدريج إلى أن يصل إلى

حدِّ الانفصال التام، كما هو حال الكثير وليس البعض.

من السمات أيضاً للمجتمع الافتراضي التمرُّد على العادات الحميدة، والتقاليد الأصيلة، والأعراف المُميِّزة للمجتمع عن غيره، والقيم، والعائلة، والدين، والأخلاق، ففي المجتمعات الافتراضيَّة: لا قانون، ولا رقابة!

إنَّ من بين السمات للمجتمع الافتراضي: تفكيك الهُوية الاجتماعيَّة والدينيَّة والوطنيَّة، ولكن كذلك تفكيك الهُوية الشخصيَّة، فمن الممكن أن يُنشِئ الفرد حساباً لامرأة والعكس صحيح، أو بأسماء مستعارة، أو أكثر من حساب لنفس الشخص، ولكن في كل مجتمع من التي ينتسب إليها له شخصية مختلفة.

لـمَّا كان من أهم المجتمعات الافتراضيَّة المجتمع الأزرق (الفيس بوك Facebook)؛ كان من المناسب هنا الإشارة إلى أحد أهم سمات العَلاقات بين الأفراد على هذا المجتمع الأزرق، وهذا الجزء سأنقله كما هو من كلام الدكتور محمد مزيد، فلهذا الرجل دراسات وأبحاث رائعة فيما يتعلَّق بالمجتمع الافتراضي عموماً، والفيس بوك كتاب «الوجوه» على وجه الخصوص، كما يُطلق عليه، وهذه السِّمة هي **النرجسية** في عَلاقتها بمفهوم الصداقة على الفيس.

«في هذا الفضاء الافتراضي تَختزل «الصداقة» ما دونها من العَلاقات الإنسانية، عَلاقات القربى والنسب، والزمالة والجوار، وعَلاقات العمل، وعَلاقات النجوم بمعجبيهم، والأساتذة بطلابهم

وطالباتهم، وغير ذلك من عَلاقات، الصداقة هي عَلاقة العَلاقات في الفيس بوك، على أنَّنا لا ينبغي أن نفهم الصداقة في كتاب الوجوه كما ترد في المعاجم اللُّغويَّة، أو كما نجدها في الواقع.

فالصداقة من الصِّدق والتصديق، وهي تشتمل معاني البوح والشعور بالثِّقة والمساندة، والتجاوز عن الزَّلّات، والحرص والمشاركة، والتعاطف والتراحم، والشعور بالارتياح والمودَّة، لكنَّها ليست كذلك في كلِّ الأحوال.

أمَّا عن مفهوم الصداقة وجوانبها والنرجسيَّة بوصفها عنصراً محوريّاً في هذا العالم الافتراضي النابض.

جاءت النرجسيَّة من الكلمة الإنجليزية narcissism التي اشتُقَّت بدورها من الأساطير الإغريقيَّة، من اسم «نرسيسوس Narcissus»، ذلك الصيَّاد الذي كان مفتوناً بجمال خِلقته وسَمته، مزهوّاً بوسامته إلى حدٍّ أنَّه كان يحقر من كانوا يحبونه ويزدريهم، ومن بين من أحبوه وتجاهلهم الصدى echo، قرَّرت نيمسيس Nemesis أن تُعاقبه، فشدته إلى بحيرة نظر فيها، فبهرته صورته على سطح الماء، وظلَّ يحدِّق فيها مفتوناً حتى مات، ونبتت مكانه زهرة **النرجس**، ومن ثَمَّ تشير **النرجسيَّة** إلى انشغال المرء أو المرأة، بنفسِه وإعجابه بها ذلك الإعجاب الذي يتراوح بين الثقَّة المعتدلة بالنفس والاعتزاز بها، إلى الافتتان بها والعمى عن كلِّ ما ومَن سواها.

يرى المتخصصون في علم النفس والاجتماع أنَّ النرجسيَّة

يكون لكلٍّ إنسان نصيب منها، لهذا فهي لا تُعَدُّ دائماً مرضاً أو شذوذاً، فمن المعقول إذن أن نتوقَّع أن تكون الصور في كتاب الوجوه صوراً باسمة أو وقورة، لن تجد صورة شخصيَّة عابسة في صدر صفحة أحد الأصدقاء.

ولكن أيضاً تحفل صفحات الـ Facebook بصور أُخرى يظهر فيها صاحب الصفحة أو صاحبتها في لحظة توهُّج وتألُّق: في مناقشة علميَّة، أو محاضرة، أو لقاء، أو لحظة تكريم، أو إلقاء قصيدة، أو في صحبة شخصيَّة مشهورة لامعة، وفي الـ Facebook تجد معرضاً لصور أصحاب بعض الصفحات في لحظات مضيئة، بحيث تشتمل تلك الصفحات سِيَراً ذاتيَّة مُصوَّرة، وهذا جانب من جوانب «استعراض» الذات وعرضها، لغايات متباينة»[١].

وهذا الأمر قد يُثير الدهشة بالفعل، فإنَّه على Facebook يُمكنك أن ترى من الكثير ـ ممَّن نحترمهم ونقدرهم ـ مبالغةً في الطريقة التي يتعاملون بها مع أنفسهم من خلال الصور التي يضعونها على صفحاتهم للتعريف بهم، وكنت أتساءل كثيراً ما الداعي أن يضع أحد الفضلاء صورته وهو مجتمعا مع ما يزيد على عدد المائة من الكتب العلميَّة، أو وهو يصافح أحد كبار العلماء، وللأسف لم تكن تعني لي من شيء سوى أنَّه يريد القول: «أنا قرأت هذه الكتب»، «أنا مثقف»، «أنا مشهور»،

---

(١) **المصدر السابق** ، ص(٢٠).

المهم أنَّه يُريد أن يقول: «أنا» من خلال عرض صورته، لا أتهم أحداً هنا **بالنرجسية**، فربما هو لا يُدرك ذلك الأثر، وقد قام بهذا الفعل بحسن نية تماماً.

هنا أدع المجال مرة أخرى للدكتور «محمد مزيد» أن يكمل بقوله: «يبدو أنَّ الثقافة الإنسانيَّة تنتهي حين تبلغ عصر كتاب الوجوه Facebook إلى تكريس مبدأ «اعرض نفسك» show yourself بعد أن ظلَّ المبدأ الإغريقي «اعرف نفسك» know yourself يتردَّد من عصر إلى آخر ـ كما تقول كريستين روزين (٢٠٠٧م) ـ يتراوح هذا العرض بين عرض الإنجازات العلميَّة والمهنيَّة، إلى عرض الأفكار والاقتراحات والرُّؤى، وعرض المواهب الأدبيَّة والفنيَّة، إلى عرض الخدمات والسِّلع، **ثُمَّ إلى عرض بل استعراض الجسد حين تكون الغاية اصطياد الفرائس البشريَّة من الجنسين**، وقد يكون من غايات العرض تحقيق النجوميَّة والمكانة، أو إشباع رغبات نرجسيَّة، والاحتفاء بالذات ومنجزاتها، لا تثريب على مَن يُريد أن يحقِّق النجوميَّة أو أن يجني الثناء، «فحُبُّ الثناء طبيعة الإنسان»، وليس المقام مقام إصدار أحكام أخلاقيَّة، بل مقام ملاحظة ووصف يبقى في أفضل حالاته منقوصاً ومنحازاً»[١].

هذه النجوميَّة ـ أو درجة الاهتمام بالطبع ـ يُعبِّر عنها عدد الأصدقاء والمتابعين، ويبقى هنا سؤال: هل هم بالفعل أصدقاء،

---

(١) **المصدر السابق**، ص(٢٠).

أم متابعون، أم إنَّهم يُشكِّلون مفهوماً آخر؟ أظنُّ أنَّ لكلٍّ أحد إجابة على هذا السؤال.

بالطبع هذه السمات على سبيل المثال لا الحصر، ذلك؛ لأنَّ الدراسة التي أقوم بها فيما يتعلَّق بالمجتمع الافتراضي تناقش تغيير المجتمعات لا دراسة وتحليل المجتمع الافتراضي.

أمَّا عن الدوافع وراء ارتياد المجتمع الافتراضي؛ فكثيرة، ومنها ما هو سَوِي، ومنها ما هو دون ذلك، وما أحب أن ألقي عليه الضوء من دوافع هو التالي:

(١) **الهروب من الواقع**: في كتاب الوجوه Facebook قلوب جريحة، وعاطلون عن العمل، ومصابون بالاكتئاب، ومنبوذون من جماعاتهم الواقعيَّة يبحثون عن ملاذ من مشكلاتهم وضغوطات حياتهم، وفيه مَن يطلب من أصدقائه أو أصدقائها الدعاء أو النُّصح، ومَن يتبتل لله طمعاً في مدده وعونه، ومَن يبكي على أطلاله ويندب انكساراته وخذلان الآخرين أو خداعهم، ومن نافلة القول: إنَّ مَن يرتادون كتاب الوجوه ليسوا جميعاً هاربين من الواقع، غير أنَّ هذا المجتمع الافتراضي المزدحم بسكَّانه أصبح وجهة مميِّزة لمن ضاق عليهم عالمهم الواقعي.

(٢) **مجاراة «الموضة»**: يظلُّ كثير من الناس على نفورهم من تلك «التقليعات» الجديدة، مثل البلاك بيري، والآي فون، والآي باد، وتويتر، وسكايب، وماي سبيس، وكتاب الوجوه، فمنهم مَن يبقى وفيّاً لمبدئه، ويبقى على نفوره، ومنهم من يُقرِّر

تجريب هذه التقليعات؛ لعلَّه يجد فيها ما يُبرِّر ما يحيط بها من ضجيج وتهافت، ومن الذين يجرِّبون كتاب الوجوه مَن يجد فيه وفي غيره نفعاً فيُقيم فيه، **ومنهم مَن يندم على ما أنفق فيه من وقت بلا طائل**، ويعود إلى سابق عهده من القطيعة معه ومع غيره من **المجتمعات الافتراضيَّة**.

وفي نهاية الدراسة التي قام بها الدكتور «محمد مزيد»، فقد قام بعرض الآراء حول سؤال هو: هل من الممكن استبدال المجتمع الافتراضي بالواقعي؟

فيقول: **إنَّه لا يجب أن يحدث هذا، ويجب التمسك بالعالـم الواقعي، والحذر من المخاطر التي يحتوي عليها المجتمع الافتراضي، ويُوضِّح أنَّ الناس في كلِّ بقاع العالـم يقومون بالبحث عن كنوز العالـم الافتراضي بينما ننشغل نحن في العالـم العربي بالبحث عن القمامة.**

وبعد العرض المختصر لهذه الدراسة، يُمكننا القول:

إنَّ المجتمع ـ كما نعرفه، وكما يعرفه التاريخ ـ لـم يعد له وجود، نعم، لقد تلاشت الصورة التي كان عليها المجتمع الذي نعرفه، أو قُل: إنَّها تتلاشى بانتهاء الجيل الذي شهد المجتمع الحقيقي الذي كانت المعرفة أهم سماته، والفكر قوامه، والعلاقات الحقيقية هي التي كانت تربط أفراده، سواء على مستوى العائلات، أو الصداقة، أو غيرهما.

والحقيقة: إنَّ المجتمع اليوم هو مجتمع افتراضي، أو قُل:

يتجه نحو شكل المجتمع الافتراضي، لا روابط بين أفراده إلَّا تلك الروابط التي أنشأتها الشبكة الاجتماعيَّة الافتراضيَّة الزرقاء، فهي الآن تُعَدُّ وسيلة الاتصال الأساسيَّة بين البشر وغيرها، تُشكل وسائل إضافيَّة؛ لأنَّه لم يَعد هناك لوازم اجتماعيَّة لوجود اتصال بين الناس، فلا يلزم من كون الفرد الذي ستتصل به أن يكون جاراً لك، أو صديقاً يسكن في مكان قريب منك، أو أحد أفراد العائلة الذين حضروا للاطمئنان، وتبادل الأخبار، والمكوث لتناول وجبة الغذاء، وشرب الشاي، والحديث طويلاً، وامتلاء البيت بصوت الأطفال المصاحبين لهم، والملاحظة للأضواء التي تملأ أركان المنزل.

هذا الشكل الجديد **للمجتمع الافتراضي** لا يُمكن وصفه بحال أنَّه **مجتمع حقيقي** بعد أن فُقدت فيه كُلُّ المشاعر التي كانت تنتجها الروابط المنبثقة من مفاهيم راقية جدّاً، لا يعرفها أبناء هذا المجتمع الافتراضي، كالأبوة والأمومة، والأخوة والصداقة.

إنَّ المجتمع الذي له السيطرة الآن هو المجتمع الافتراضي، حيث لا يعرف من المشاعر سوى الـ share، والـ like، والتقدير من خلال كتابة comment، ولفت الانتباه بالـ poking، والقطيعة بالـ block، فالكل يعيش بداخل هذا المجتمع الغريب، حيث لا قوانين هناك تحكمه، ولا مجال للحياء فيه، ولا رقابة عليه، ولا على تصرفاته فيه، يُلحد الملحد، ويثور الثائر، مجتمع حيث الكلُّ فَيه سيد لعالمه الخاص، ولا يطَّلع على نشاطاته فيه أحد غيره، حتى وصلت درجة تحديد الخصوصيَّة أن تحجب عن أصدقائك

عالمك الخاص من الصفحات التي لا أحد يعرف أنَّك تزورها سواك أنت، هو مجتمع فيه من الممارسات التي ما كان للفرد أن يمارسها في المجتمع الحقيقي من غير توجيه أو تربية.

ورجاء لا تحاول إقناع نفسك أنَّ الأصدقاء لازالوا يخرجون سويّاً، وأن العائلات لازالت تجتمع، وأنَّ المجتمع الواقعي كما هو لـم يصبه تغيير؛ لأنك تعرف جيِّداً أنَّ من يكون offline هناك فإنَّه offline هنا، ومن كان online هناك فهو online هنا.

ولعلَّ هذه الحالة التي أخبر بها أحد الأزواج يتضح المعنى السابق:

«وبينما أنا أتأمّل في هذه الصداقة الجديدة، وفي هذا التعارف المستجدِّ، إذا بعرض صداقة آخر يلحُّ على شاشتي، مُرسَل هذه المرّة من زوجتي، وأغرب من ذلك أنَّها وجَّهت إليَّ ذاك العرض وهي جالسة في غرفة من البيت تلاصق الغرفة التي أجلس فيها، هكذا إذن! زوجتي، هي الأخرى، تسأل ما إذا كنت أقبلها صديقةً؟!»(١).

إنَّ الذي يُوضِّح عقلانيَّة هذا الفعل اللّاعقلاني من الزوجة، هو أنَّها وإن كانت بالفعل تعيش مع زوجها تحت سقف بيت واحد، إلَّا أنَّها لا تستطيع التواصل مع هذا الزوج إلَّا إذا دخلت إلى مجتمعه الخاص به، الذي تستطيع من خلاله التعرف على أهم آراء وأفكار زوجها الذي لا يجد وقتاً في المجتمع الحقيقي ليقوم بعرضها.

---

(١) **«الفيس بوك وفعل التأسيس»**، حاتم صاغية، جريدة الاتحاد: (٢٥ يونيه ٢٠١١).

أحد الأعمال التي ناقشت قضية المجتمعات الافتراضيَّة عبارة عن سلسلة حلقات تحمل اسم serial experiments lain، حيث هذه الفتاة المضطربة Lain في المرحلة الثانوية، والتي تعيش في عالـم لا تستطيع أن تحدد هُويتها فيه، عالـم لا يتعرف عليها ولا تتعرف هي عليه، فتاة خجولة لا تمتلك من الأدوات النفسيَّة ما يجعلها قادرة من أن تتواصل بشكل سليم مع الناس من حولها، تميز عصرها بأنَّ التكنولوجيا قد بلغت ذروتها فيه، فقام مجموعة من العلماء بإنشاء جهاز كمبيوتر متطور، عليه شبكة عَلاقات اجتماعيَّة تسمى wired the، وعلمت هذه الفتاة أنَّه يُمكنها أن تكون جزءاً من هذا العالـم، أو بصورة أوضح: كان يتمُّ دفعها من قِبل قوى لا تستطيع Lain أن تتعرَّف عليها أن تجعلها جزءاً من هذا المجتمع، وتستمر الحلقات بشكل حزين جدّاً، عندما تكتشف هذه الفتاة أنَّها ليست فقط غير قادرة على أن تتعامل مع مَن حولها، بل إنَّها أصبحت فاقدة للشعور بالخط الفاصل بين المجتمع الحقيقي والمجتمع الافتراضي، فقد أصبحت ترى نفسها في صورة أشبه بالإله في هذا المجتمع الافتراضي، تقوم بسن القوانين، وقتل الأعضاء المنتمين لهذا المجتمع، وتحويل حياة البعض الآخر لجحيم، ففي أحد المشاهد أخبرها المسؤول عن نُظم المعلومات بداخل الـ wired، يبدو أنَّكِ يا Lain تستطيعين تشكيل عالمك الخاص هنا، بينما لا تقدرين على ذلك في المجتمع الحقيقي، وبالفعل كانت Lain في حياتها العادية تجد نفسها لا تقوى حتى على الكلام في بعض المواقف

من شدة الخجل، حتى أصابها الاضطراب، وأصبحت لا تدري أين هي، أهيَ مع الناس؟ أهي مع المجتمع الواقعي؟ هل هي مع أصدقائها الحقيقيين، أم الافتراضيين؟

وفي مشهد اختلط فيه الواقعي بالافتراضي، حيث ترى نفسها من مكان لا تدري ما هو، هنا تخبرها إحدى صديقاتها من المدرسة لا يهم أين تكونين يا Lain، فأينما تكونين يكون الكلُّ مُتَّصلاً.

No matter where you are...everyone is always connected.

ثم تسترجع الذكريات، حتى تتذكر أنَّ فتاة في بداية الحلقات قد انتحرت، فأرادت أن تبحث عنها لتعرف سرَّ انتحارها، حتى ظهرت لها تلك الفتاة لتخبرها عن سبب انتحارها، فتقول: لم يكن هناك سبب من المكوث في العالم الحقيقي بعد الآن، ففي العالم الحقيقي لا أحد يهتم إذا كان لك وجود أم لا، عندها أدركت أنَّه لم يعد هناك من داعٍ للخوف من فقدان جسدي!

There was no reason for me to stay in the real world any longer. In the real world, it didn't matter if I was there or not. When I realized that, I was no longer afraid of losing my body.

بالطبع الدلالة رمزيَّة إلى حدٍّ بعيد، فصورتها التي تُشبه صورة إلٰه هذا المجتمع هي صورة الإنسان الذي يتحكَّم في المجتمع من خلال إضافة مَن يشاء، وحظر مَن يشاء، ويستطيع قول ما يشاء، ومطاولة مَن يشاء، بينما هو في حياته الواقعيَّة قد

لا يقدر على قول «لا» لأحد، ولا تكاد تسمع صوته مرتفعاً.

أمَّا الفتاة التي انتحرت، فكأنَّما أرادت إخبار Lain أنَّها علمت بأنَّ وجودها بجسدها في العالم الحقيقي لا معنى له، فإذا كان الناس لا يكترثون؛ فما الضير أن تتخلى عن جسدها بتسليم روحها للمجتمع الافتراضي، فلا يبقى لها وجود يُحَسُّ في العالم الحقيقي.

ألَا تشتكي الزوجات من أزواجهن، أنَّهم لا وجود فعلي لهم في الحياة، وأنَّهم لا يتحرَّكون من أمام الشاشة، ألا تشتكي الأمهات أنَّ أولادهم لا يعيشون في المنزل، وإن كانوا متواجدون بداخله؟! ألا يُطالب الأصدقاء بعضهم بالانتباه قليلاً وترك شاشة الهاتف التي تكون نافذة للمجتمع الافتراضي؟!

يقول الدكتور محمد مزيد: «ينفق البشر جلَّ حيواتهم يسبحون في مجتمع افتراضي، وتنخلع جذورهم من أرض الواقع عندما يكون رُوَّاد المجتمعات الافتراضيَّة مُهذَّبين مُجاملين، بينما يتعاملون مع من يحيطون بهم في العالم الواقعي بفظاظة أو إهمال، وعندما يُقصِّر الأزواج والزوجات في أداء حقوق شركاء حياتهم الواقعيَّة، بينما يُغدِقون على صديقاتهم وأصدقائهم الافتراضيين من محبَّتهم ودعمهم واهتمامهم ورعايتهم، وعندما يترك الموظفون أعمالهم وينشغلون بالدردشة، وعندما يترك الناس واجباتهم الاجتماعيَّة تجاه جيرانهم وزملائهم وذوي قرابتهم، بينما يحافظون على واجباتهم نحو أصدقائهم في المجتمع الافتراضي،

وعندما يعيش سكَّان المجتمعات الافتراضيَّة في مُتَعٍ مجانيَّة وهميَّة، وينفرون من مسؤولياتهم الواقعيَّة وما يحيطُ بهم من أسباب السعادة، وعندما ينشغل الناس في كلٍّ بقاع العالم في البحث عن كنوز العالم الافتراضي، بينما ننشغل نحن في العالم العربي بالانبهار بالمجتمع المتطور الجديد، عندما يحدث هذا وما إليه = يظهر الخطر ويكون الانهيار»[١].

---

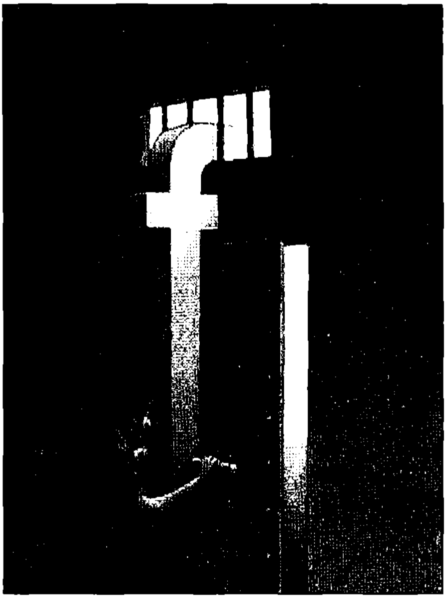
(١) «المجتمعات الافتراضيَّة بديلاً عن الواقعيَّة»، بهاءالدين مزيد، ص(٣٠).

اضطراب الخط الفاصل
بين المجتمع الحقيقي والافتراضي

إنَّ كلَّ ما سبق يُهدِّد الحدود الفاصلة بين المجتمع الحقيقي والافتراضي الذي كانت تشتكي منه Lain من الناحية الرمزيَّة، بدأ يصيبه بالفعل نوع من الاضطراب، فبدلاً من كون أفراد المجتمع في البداية ينقلون حياتهم إلى العالم الافتراضي كنوع من المشاركة مع أصدقائهم، فمثلاً إنَّ أحداً لو قام بزيارة مكان ما؛ فإنَّه يلتقط بضعاً من الصور، ويقوم بمشاركتها مع أصدقائه، هكذا كان الأمر، أمَّا ما يحدث الآن هو نقل للعالم الافتراضي إلى الحياة، فعندما يكون الفرد بالفعل مع أصدقائه، فإنه يكون معهم بالجسد فقط، ولكنه في حقيقة الأمر يعيش مع مجتمعه الافتراضي أزرق اللون، ويستقي معلوماته من مصدر افتراضي، وكُلَّما حاولت محادثته قال لك: «ثانية واحدة وأكون معك»، فكيف ستكون معي وأنت بالفعل معي، وإلى أين ذهبت وأنت معي؟!

على الرُّغم أنَّ الأفراد اليوم يكونون في لحظات تجمعهم مع

غيرهم عَلاقة حقيقة فيها الحواس كُلُّها تعمل، إلَّا أنَّه وبشكل غير واعٍ لا يستطيع التمييز بين العالمين بسبب أنَّ الخط الفاصل أصبح هشّاً جدّاً حتى أوشك على التحطم.



وهنا نجد أنَّ الآلة الإعلاميَّة بالمعنى المتعارف عليه، تدفع المجتمع الواقعي نحو هذا المجتمع الافتراضي بصورة ملاحظة، فتجد القنوات الفضائية تحولت إلى هاشتاج # الفيلم، وهاشتاج # المسلسل، وهاشتاج # البرنامج، وأصبحت الآراء التي تناقش هي آراء زوار موقعنا الإلكتروني، وآراء متابعينا على تويتر وفيس بوك.

وهذا يعني أنَّ القضايا المجتمعيَّة التي كانت تُناقش مع العائلة والأسرة أو مع الأصدقاء في بيت أحدهم، أو حتى على

أحد المقاهي، أصبحت تُناقش في اللّامكان الذي يُعرف باسم المكان الافتراضي الذي يتجمع عليه المجتمع الافتراضي.

قبل أن نخرج من هذا الجزء أريد من القارئ أن يتأمَّل كلمات وفكرة هذا الإعلان:

ـ «حسين خجول وسط الناس»، **في مشهد**: وهو يجلس وحيداً في مدرجات الجامعة.

ـ «في احتكاكه بالواقع يتكسف»، **في مشهد**: وهو على منصة التخرج يتلعثم.

ـ «يميل إلى العزلة»، **في مشهد**: وهو جالس في مقهى منفرداً والبقية مجتمعة.

ـ «وقت الـ socializing التواصل الاجتماعي يغرق في شبر ميه»، **في مشهد**: تمر فتاة بجانبه وهو على المشاية الكهربائية فيقع من عليها عندما تنظر له الفتاة.

ـ «بس في عالـم تي أي داتا حسين ملك الـ chat online»، **في مشهد**: وهو يلبس ثياب تبدو قمة في الأناقة ممسكاً بيد امرأتين جميلتين.

ـ «ثقة متناهية على الـ web cam كاميرا الويب».

ـ «مش ملاحئ على الـ friend request طلبات الصداقة»، يمشي واثقاً من نفسه فوق شكل الكرة الأرضيَّة.

Chatting محادثة في خمس قارات.

تي أي داتا أعطِ الإنترنت لأصحابه.

أليست هذه الصورة التي يُروِّج لها الإعلام تدلُّ على ظاهرة نفسيَّة غير طبيعيَّة، ألا تستوجب حالة «حسين» علاجاً نفسيّاً يُمكِّنه من التعرُّف على الخلل الذي يجعله يشعر بالوحشة من المجتمع، وعدم القدرة على الاندماج.

ولكن إذا كانت المنظومة ترى أنَّ هذا هو الشكل الذي ينبغي أن يكون عليه أفراد المجتمع الجديد، فمَن الذي يملك السُّلطة للمعارضة، ولرُبما خرج علينا الخبراء ـ كلاب الحراسة للأنظمة ـ وهم يُشجِّعون الشباب أمثال «حسين» على استخدام الوسائل الجديدة للتواصل الاجتماعي؛ لأنَّها خير وسيلة في التعرف على المجتمع.

مصدر المعلومات الافتراضي

هذا الفصل يُلقي الضوء على الوسيلة التي نستقي منها المعلومات المتعلِّقة بكلِّ شيء في حياتنا، وطريقة تأثير هذه الوسيلة الافتراضية على طريقة تفكيرنا، مُتَّخِذاً من Google نموذجاً.

جوجل ينظم كل شيء:

«كان Mark zuckerberg مارك زكربرج حاضراً في الاجتماع السنوي للمنتدى الاقتصادي العالمي في دافوس، سويسرا، حيث سأله أحد الصحفيين، كيف يستطيع المرء بناء مجتمعه الخاص للصحفيين، ألَا ينبغي لنا أن نُنشئ مجتمعنا الخاص؟

«زكربرج» كان في الـ ٢٢ في ذلك الوقت مرتدياً صندلاً، وهذا ما يعده البعض تعالياً؛ لأن الاجتماع رسمي يضم كبرى الشركات، وأهم الشخصيات على المستوى العالمي، ولكن هكذا شأن غريبي الأطوار، و«زكربرج» كان أحدهم، وعلى المرء

أن يعتاد هذا، فعندما يُسيطر غريبو الأطوار على العالم التكنولوجي ـ وسوف يفعلون ـ؛ سيكون التحديق الصامت والكلمات غير المفهومة ظاهرة مجتمعيَّة.

ومهما يكن من أمر؛ فإنَّ «مارك» عبقري، وإجابته تستحق الانتظار، أجاب «مارك» على سؤال الصحفي في إمكانيَّة إنشاء مجتمعه الخاص، كالمجتمع الأزرق، قائلاً: «لا تستطيع»، ساد الصمت المكان وظلَّ «مارك» كعادته مُحدِّقاً، ثُمَّ قام بتوضيح معنى «لا تستطيع» بقوله: إنَّ هذا السؤال سؤال خطأ، فأنت لا تُنشئ مُجتمعاً، فالمجتمعات موجودة، ولكن أنت تقوم بتنظيمها بطريقة راقية.

إذا ما أمعنا التفكير قليلاً؛ سنجد أنَّ المشروع الذي كان يعمل عليه «مارك» كان خاصّاً بتنظيم مجتمعه الخاص بجامعة «هارفارد»، فالسؤال هنا: هل المجتمع الجامعي في «هارفارد» لم يكن مُنظَّماً قبل مشروع «مارك»[١]؟

وتقريباً ما قام به «مارك» هو ما قام به محرك البحث «جوجل» فيما يتعلَّق بالمعلومات، فمن أهمِّ الخصائص التي يتميَّز بها جوجل: هي سهولة المعلومة وتنظيمها، بالإضافة إلى إيجاد المصادر، وحتى الاقتباسات من الكتب، وتصنيف العلوم، إلى آخر هذه الخصائص.

وهذا ما يجعلنا نطرح بعض التساؤلات على غرار السؤال

---

(١) What Would Google do P. (49-49).

الذي طرحه Jeff jarves في كتابه الممتع عن جوجل، والذي يحمل عنوان: «ما الذي يُمكن لجوجل فعله؟».

وهذه التساؤلات:

ـ هل معلوماتنا من قبل ظهور «جوجل Google» لم تكن مُنظَّمة؟

ـ ما الذي أفادنا به «جوجل Google» من خلال تنظيم المعلومات؟

ـ إذا كانت المعلومات أصبحت أكثر تنظيماً، فلماذا لم يزدد المجتمع ذكاءً؟

ـ إذا كانت المعلومة من السهل الوصول إليها ومنظمة، فلماذا أغلب المجتمع لا يعرف شيئاً سوى الأمور الضروريَّة لبقائه حيّاً؟

ـ إذا كان «جوجل Google» قد سهَّل الوصول إلى المعلومات، فأين ذهب في المجتمع علماء الماضي، ولماذا لا نجد لفلاسفة القرون الماضية مثيلاً؟

وللإجابة على هذه التساؤلات، يجب أن نُخضع «جوجل Google» للرؤية التي تُؤكِّد أنَّه ليس مصدراً للمعلومة، بل إن «جوجل Google» أولاً وأخيراً شركة، هذه الشركة لا تُساعدك على الوصول إلى المعلومة، بل هذه الشركة تستخدم الفرد والمعلومة لزيادة ربحها، وربما لمساعدة المنظومة كذلك!

نعم، هكذا يجب التعامل مع «جوجل Google»، فلا أعتقد

أنَّ أحداً هنا أو هناك قال: إن «جوجل Google» هي شركة أُنشِئت لفعل الخير، وإن كان استخدامها بطريقة سليمة قد يأتي بخير كثير، إلَّا أنَّه لا يُمكن أن يُقارن بالطُّرق القديمة في البحث عن المعلومة.

ومن خلال هذه الرؤية ـ أن «جوجل Google» شركة، وليست مصدراً للمعلومة ـ؛ فإنَّها على حسب قول Chris Anderson صاحب رواية long tail: «إن جوجل Google ليس مجرد شركة، إنَّه طريقة جديدة كُلِّيّاً للتفكير»[1].

ومن خلال هذه الرؤية قامت «سيفا فايدهينثن Siva vaidhyanathan» في كتابها Googlization of every thing بطرح سؤال: ما الذي من الممكن أن نخسره، أو نكسبه من خلال جعل «جوجل» العدسة التي نرى العالم من خلالها[2]؟

---

(١) What Would Goodle do P. (1).

(٢) Googlization of every thing P. (12).

جوجل الديكتاتور، أم جوجل المُخَلِّص؟

لا شكَّ أنَّ جوجل هو الشركة الوحيدة التي استطاعت التغلُّب على كل مخاطر التي تعرضت لها الشـركات الأخرى فيما يتعلَّق بالتطور الذي مرَّ به الإنترنت، حتى أصبح «جوجل Google» بمعنى أو بآخر هو الإنترنت، فلا مجال لمستخدمي الإنترنت أن يتنقلوا عليه سوى من خلال «جوجل Google»، ومن غير «جوجل Google» أو محركات البحث يُصبح الإنترنت مكاناً غامضاً يستحيل أن تتعرَّف على المواقع فيه إلَّا اذا كنت على معرفة بتمام الحروف المشكلة لعناوينها الإلكترونية، والتي ستشبه حينها الشفرات التي يجب حفظها، وأما بالنسبة للمعلومات من غير «جوجل Google»، فإنَّه سيكون من الصعب جدّاً البحث عنها أو تنظيمها؛ لذلك يتساءل البعض مازحاً:

«ماذا لو أُغلقت شركة «جوجل»! كيف سنبحث عن سبب إغلاق «جوجل Google» بدون وجود «جوجل Google»؟».

ولذلك بينما ينظر البعض إلى «جوجل» على أنَّه مخلِص ينظر العلماء المتخصصون في هذا المجال إليه على أنَّه "ديكتاتور».

جوجل Google وطريقة التفكير

تقول "Siva" في فصل تحْكُم فيه على عَلاقة «جوجل Google» بالذاكرة والمعلومات والقراءة: «لقد نسيت أن أذكر أن أنسى»! كانت هذه كلمات أغنية ألفيس بريسلي التي قام بغنائها عام (١٩٥٥م)، لقد عرفت ذلك لأنَّني قُمت بالبحث عن المعلومة بمساعدة «جوجل Google»، فظهرت النتيجة في «الويكيبيديا»، فقمت بالضغط عليها، ليس من زمان بعيد كنت لأجل القيام بمثل هذه الخطوة ما كان على ساعتها إلَّا أن أقلب صفحات كتب تاريخ فن الموسيقى المتواجد على الرف خلف رأسي، وربما لم يتعدَّ الأمر الخمس دقائق حتى أجد المعلومة التي وجدتها في خمس ثواني.

يبدو أنَّني لم أعد أحتاج ذاكرتي كما كنت أحتاجها، وربما أيضاً لم أعد أحتاج هذه الكتب، فإنَّني أستطيع أن أصل إلى كمٍّ هائل من المعلومات وأنا في حالتي هذه أبدو كأنَّني متصلة بكل شيء، يبدو الأمر كما لو أنَّني لا أحتاج لأذكر نفسي أنِّي أحتاج

لتذكُّر شيء، فكلُّ المعلومات من الممكن الوصول إليها، في شكل كلمة وصورة وصوت»[(١)].

يشعر كثير من أبناء الجيل الذي أنتمي له عام (١٩٨٤م) كما أشعر أنا أنَّ شيئاً ما يُؤدِّي إلى حدوث انكماش لعقلي، يقوم بإعادة برمجة ذاكرتي، إنَّ عقلي يتغير، لم أعد أفكر بالطريقة التي كنت أفكر بها، أستطيع أن أشعر بذلك بينما أقوم بالقراءة من الكتب التي اعتدت على أن تكون قراءتها سهلة، أصبحت أفقد تركيزي بعد الصفحة الثانية أو الثالثة، أصبحت أنظر إلى الكلمات متناثرة هنا وهناك، فأبحث عن شيء آخر أفعله!

تحوَّلت القراءة التي كنت أعتادها إلى صراع، أمَّا بالنسبة للجيل الذي لم يعرف سوى جوجل Google كمصدر للمعلومة، فإنَّه ينظر إلى القراءة على أنَّها فعل عظيم لا يقدر عليه سوى خواص البشر.

يقول صاحب مقالة "is google making us stupid" هل يجعلنا جوجل أغبياء:

«أعتقد أنَّني أعرف ما الذي يحدث، فلعدة سنين وأنا أقوم بقضاء الكثير من الوقت على الإنترنت؛ لأقوم بالبحث والتصفح، وبالإضافة كذلك إلى قاعدة البيانات: إنَّ الشبكة كانت بالنسبة لي ككاتب، كأنَّها هبة إلهية، فالأبحاث التي كانت تستغرق أياماً في غرف المكتبات أصبحت الآن تنتهي في دقائق، من خلال بعض

(١) Googlization of every thing P. (174).

محاولات بحث، وبعض الضغطات على الوصلات links يصبح البحث مُكتملاً، وبينما لا أقوم بعمل أيِّ شيء فإنَّني أتنقل من وصلة إلى أخرى، أسمع أغنية أو خبر أقرأ رسالة، أو أشاهد فيلماً قصيراً».

يشعر البعض ـ كما يشعر الكاتب ـ أنَّ التنقُّل بين المعلومات بهذه الصورة السهلة المنظمة قد يكون بلا تأثير، ولكن رجوعاً إلى رؤية «ماكلوهان»: إنَّ وسائل الاتصال والإعلام لها تأثير على المجتمع وطريقة تفكيره.

وبما أنَّ التنقل بين المعلومات من خلال «جوجل Google» سريع؛ فإنَّ القراءة من خلاله لا تكون مُطوَّلة، بل هي لمحات بالمعنى الحرفي للكلمة، فبينما تلمح السطور الأولى للمعلومة التي تقوم بالبحث عنها تقوم سريعاً بالقفز للخلف إلى جوجل Google مرَّة أخرى للبحث في مكان آخر، وهذه الطريقة في تلقي المعلومة تنعكس على طريقة التفكير أيضاً، فبينما كان العقل يقوم بما يقوم به الغواص في عمله أنَّ يصل إلى أعمق نقطة ممكنة من خلال قدرته، كان العقل يغوص في الكلمات إلى أعمق نقطة ممكنة لفكره، أمَّا الآن فهو كراكب الأمواج يقفز على الموجات المتتالية على سطح البحر.

رُبَّما يُوضِّح ما سبق: أنَّ المعلومة لكي تستقرَّ في العقل فإنَّها تمرُّ بكذا مرحلة أولها الذاكرة المؤقتة، وبينما تكون المعلومة في هذا الجزء فإنَّها لابُدَّ أن يمرَّ عليها وقتٌ يسير حتى يقوم العقل

بتحليلها ومعرفة المكان المناسب لها في العقل ضمن ما يحوجه من معلومات أخرى في الذاكرة الدائمة، ولكن ما يحدث مع جوجل Google: أنَّه بينما يمرُّ الوقت المفترض للمعلومة في الذاكرة المؤقتة ترى العين معلومة أخرى، أو تسمع الأذن أحد أصوات استقبال رسالة أو بريد إلكتروني، ما يشتت انتباه العقل، فيقوم بتلقي المعلومة الجديدة بينما يقوم بالتخلص من المعلومة القديمة.

أصبح العقل في حالة تصبح أشبه بحالة مجنون يحب إعداد المشروبات الساخنة للاستمتاع بالطبقة السميكة التي تتكون على سطح الكوب، ثم يلقي ما في الكوب مُتخلِّصاً منه.

إنَّ هذه المشكلة أصبحت مشكلة جيل بأسره، حتى أصبحت المقالة التي تتجاوز الأربع أو الخمس مقاطع من الصعب اليوم على هذا الجيل أن يستوعبها، فإمَّا سطرين أو ثلاثة، وإمَّا لا.

وهكذا؛ فكلما زادت الإقامة في «عالم المعلومات الافتراضي»؛ زادت الصعوبة لإبقاء التركيز أثناء قراءة كتاب أو مقالة طويلة، أو لربما زادت الصعوبة للتفكير في العالم الحقيقي.

تقول ماريان وولف ـ متخصصة في علم النفس التنموي في جامعة نافتس ـ صاحبة كتاب we are how we read: والخطورة في جعل هذا «العقل الافتراضي» هو مصدر المعلومة، وهو وسيلة التفكير قد يُضعِف قدرتنا على ذلك النوع من القراءة العميقة التي

اعتمد عليها مَن سبقنا، فعندما نقرأ من خلال «العالم الافتراضي»، فنحن نميل إلى أن نصبح «أجهزة فك تشفير المعلومات»، لن تكون لنا قدرة على تفسير النصِّ وإقامة تواصل عقلي ثري، كما نفعل حينما نقرأ بعمق وبدون تشتت.

ولعلَّ من الأدلة التي أشار إليها صاحب مقال "is google making us stupid" على أنَّ طريقة تلقِّي المعلومة أو صياغتها تتغيَّر حسب الوسيلة المستخدمة: أنَّه في عام (١٨٨٢م) استخدم «نيتشه» آلة كتابة يكتب عليها لضعف بصره، وأصبح من الصعب عليه التركيز في الورقة، ويبدو أنَّ الآلة الكاتبة أنقذته في البداية، لكن أحد أصدقاء «نيتشه» ويدعى «كتلر» قال: لقد لاحظت أنَّ كتاباته قد تغيرت من الحجج إلى البراهين، ومن الأفكار إلى التورية.

كلُّ ما سبق ليس اتهاما لـ «جوجل Google» على الإطلاق، فالشركة بالفعل أعلنت أنَّ مهمتها هي: «تنظيم معلومات العالم، وجعلها مفيدة ومتوفرة للجميع»، وهي تسعى إلى تطوير: «المحرك الأمثل للبحث» الذي تعرفه الشركة بأنَّه: «يتفهم بالضبط ما تعنيه ويعطيك بالضبط ما تريد» (هل تقصد....؟)، ولكن تبقى جوجل Google في النهاية شركة تنظر إلى المعلومة على أنَّها سلعة.

«عالم المعلومات الافتراضي» سيطر على عالم الأفكار الحقيقي.

أصبح بالنسبة لنا: الخريطة، والساعة، والآلة الكاتبة،

والطابعة، والحاسبة، والهاتف، والراديو، والتلفزيون.

بل أصبح للبعض هو العدسة التي ترى الحياة من خلالها.

حتى بدأت عقولنا تتشكل على شكل هذا المصدر الافتراضي للمعلومات.

«سيتوقفون عن استخدام ذاكرتهم، وسيصبحون كثيري النسيان».

«سيصبحون قادرين على استقبال قدر كبير من المعلومات بدون الاستعداد والتوجيه السليم».

«سيظنُّون أنَّهم واسعوا الاطلاع جدّاً بينما هم في الغالب جهلة».

«سيكونون مليئين بوهم الحكمة بدلاً من حقيقة الحكمة»[١].

المدهش في الحقيقة: أنَّ هذه الكلمات تعود إلى ما قبل ثلاثة آلاف عام، عندما خشي أرسطو قديماً أنَّ وسيلة كتابة العلم ستتسبب بالنسيان للذين يطلبون العلم، ونقل كلاماً على لسان «آمون» الملك الفرعوني عن خطر الكتابة كوسيلة لحفظ المعلومات، في حوار أفلاطون مع أرسطو.

إنَّ وسائل الاتصال الجديدة التي يتعامل معها المجتمع يبدو أنَّها تدفع الإنسان أن يكون أشبه بالرجل البدائي في المضمون، وإن تغير الشكل الظاهري، إنَّ أفضل وصف من الممكن أن

---

(١) PHAEDRUS By Plato Translated by Benjamin Jowett page (91).

يُوصف به المجتمع في صورته الأخيرة هو وصف المجتمع البدائي؛ لأنَّه مجتمع يتَّفق الفرد فيه من ناحية الصفات مع الرجل البدائي، ليس عنده من هموم سوى أن يقضي متطلباته الغريزية من الأكل والشرب والجنس فقط، لا يشكل عنده أهمية أن يعرف، وأن يتعلَّم ما الذي يدور حوله ولماذا؟ أو أن يتعرَّف عن سبب وجوده والحكمة من ذلك الوجود، فلا تُوجد للمعرفة والقراءة في حياته من أهمية تُذكر، فهو يعيش مُعتمداً على غرائزه ولو لبس نظيفاً وبدى كأنَّه إنسان عصري.

ربما بعد أن أشرتُ في بعض المواضع أنَّ الدراسات التي اهتمت بالمجتمعات الافتراضيَّة أغلبها من خارج العالم العربي يظنُّ بذلك القارئ ـ كما يظنُّ كثير جدّاً من الناس في عالمنا العربي ـ أنَّ المجتمع الأوروبي والأمريكي متطور فكريّاً، وأنَّهم يستخدمون العالم الأزرق بوسيلة أرقى، ويتعاملون مع المصدر الافتراضي للمعلومات «جوجل Google» بطرق أفضل؛ إلَّا أنَّ هذه الرؤية غير صحيحة تماماً!

أعتقد أنَّ الكلمات الآتية تُعَدُّ قاعدة:

كُلَّما تطوَّرت وسيلة الاتصال في مجتمع ما؛ كُلَّما كان هذا المجتمع أشدَّ تأثُّراً من غيره، وتُشير هذه القاعدة إلى أنَّ: درجة ثقافة المجتمع أو رُقِي عقل أفراده لن يمنعهم من مقاومة الشعور اللَّاوعي الذي يدفعهم للاندماج في الشكل الذي يصير إليه المجتمع.

فإنَّ المجتمع الأمريكي والأوروبي أصبح اليوم بالفعل قريباً جدّاً من حالة المسح الذهني، يكاد يكون عقله فارغاً تماماً، فمثلاً: نسبة كبيرة جدّاً من شباب الجامعات يُعانون فقراً معرفيّاً شديداً، كأنْ يكون أغلبهم لا يعرف ما هو تاريخ يوم الاستقلال أو أسبابه ونتائجه، هذا اليوم الذي يُعد للولايات المتحدة في أهمية يوم السادس من أكتوبر للشعب المصري.

ولذلك قد يندهش المرء كثيراً من فيلم idiocracy الحمقراطية، نحت من كلمة حمق وديمقراطية، للمخرج «مايك جادج mike judge»، حيث يتناول هذا الفيلم بصورة كوميديَّة الشكل الذي سيكون عليه المجتمع بالمستقبل، وجاء الفيلم متعارضاً مع التصورات التي تصف المجتمعات في المستقبل أنَّها قد تطورت من الناحية العلميَّة، وأنَّ المعرفة أصبحت السِّمة الأساسية، فالمخرج أراد أن يصف مجتمعات المستقبل أنَّها لابُدَّ وأن يكون أفرادها شديدي البلاهة والحمق إذا ما استمر المستوى الثقافي على هذه الحالة.

تدور القصة حول شاب بالقوات المسلحة الأمريكيَّة كان على مستوى ذكاء منخفض، وهذا لا يُمَكِّنه من أن يستمر في القوات المسلحة التي تتطلب مستوى ذكاء عالٍ، حتى يقوم هذا الشاب بارتكاب عدة أخطاء ممَّا يضطره إلى أن يتمَّ تجميده لسنين، حتى تقوم السلطات بنسيانِه؛ لأنَّ لا أحد يسأل عنه، فلا أقارب له ولا أصدقاء، حتى تمرَّ السنين تلو السنين وهو في حالة التجميد، حتى يقوم أحد الناس بفتح الغرفة التي فيها بعد أن تمَّ

هجر المؤسسة التي تجمد فيها، وإذا به فور الخروج يجد نفسه في مجتمع تبدو عليه علامات الحمق والبلاهة، لا يستطيع أفراده التمييز بين أي شيئين متناقضين، حتى إنَّهم لا يقدرون على القيام بأشد العمليَّات الحسابيَّة بساطة.

يقوم المجتمع بالاشتباه به بسبب كلماته الغريبة، فيُؤمر بسجنه، ويتمُّ توجيه أسئلة في منتهى الغباء إليه لتحديد مستوى ذكائه، فعندما أجاب عليها أعطت المؤشرات أنَّه يمتلك قدرة عقليَّة فائقة، وعلى كلِّ حال تأمر الإدارة بسجنه، وفي يومه الأول استطاع الهرب.

ظلَّت السُّلطات تبحث عنه في المدينة بأسرها حتى وجدوه، حينها اكتشف أنَّ رئيس الولايات المتحدة أراده ليتعرف على أذكى إنسان في الولايات المتحدة.

المهم حتى لا أطيل، رئيس الولايات المتحدة الذي كان نجم استعراض لا يفقه شيئاً في السياسة، ولكن تمَّ انتخابه لأنَّ الفتيات مفتونون بجسده المفتول بالعضلات، قام بعرض أحد أخطر ملفات الدولة على هذا الشاب، والقضية كانت أن الزرع أصبح لا ينمو ممَّا يُهدد حياة المجتمع، فالمواشي لا تجد ما تأكله والبشر كذلك، فظلَّ الشاب يبحث عن السبب حتى اكتشف أنَّهم لم يكونوا على علم بأنَّ الزرع ينمو باستخدام الماء في الري!

إن كانت الرواية كوميدية إلَّا أنَّ المخرج والكاتب "judge"

أراد بالفعل أن يناقش شكل المجتمع إذا ظلَّ على الحالة التي عليها.

ولا أظنُّ أنَّ أحداً من متابعي الحالة الثقافيَّة التي وصلت إليها النخبة السياسيَّة والفنيَّة والثقافيَّة الآن، أو من دقَّق في اللغة التي يستخدمها المتحدثون بأسماء الدول، والطريقة التي يتحدثون بها، قد يشكُّ أنَّنا مُقبِلون على ما يُشبه الحُمُقراطية إلى حدٍّ كبير.

عَلاقة المنظومة بشكل المجتمع الجديد

قد يظنُّ القارئ بصورة أو بأخرى أنَّ التطور للمجتمع الافتراضي لا عَلاقة له بالنظام، أو هو خارج عن دائرة الرقابة، إلَّا أنَّ الحقيقة ليست كذلك.

ففيما يتعلَّق بالمجتمع الافتراضي: فإنَّه ليس مُنفصلاً عن المنظومة؛ لأنَّ ـ وببساطة شديدة ـ إدارة المجتمع الافتراضي هي نفس إدارة المنظومة، فإنَّ الذي يقوم بمراقبة كلِّ ما يحدث على الإنترنت والمجتمع الافتراضي هو فرع المخابرات في أيِّ دولة كانت، وكل شيء ـ أقصد: كل شيء ـ من المعلومات المتعلِّقة بالمستخدم: من سِنِّه، لجنسيَّته، لشبكة أصدقائه، ولعلَّ الفضيحة التي أثارها «سنودن» في البلد الذي يُوصف أنَّه رمز الديمقراطيَّة والحريَّة الفكريَّة... إلخ في العالم قد أظهرت الوجه الحقيقي لوسائل الاتصال الافتراضيَّة وعَلاقتها بالأنظمة.

أليس النظام هو المتحكم في المادة التي نراها ونسمعها من خلال وسائل الاتصال تلك، يقوم النظام بحجب هذا الخبر ونشر

الآخر، يقوم كذلك بحجب هذا المحتوى الذي يتضمَّن تلك اللحظة التي يُقتل فيها أحد الأطفال على يد جنود الاحتلال الصهيوني؛ لأنَّه منافٍ للأخلاق، بينما ليس من المتصور أصلاً أن يقبل النظام بغلق المواقع الإباحية، ومواقع **المتاجرة بالفتيات دون السِّن القانوني**.

وإن ترك النِّظام بعض المحتويات؛ فإنَّه يقوم بترك القدر الذي يجعل من الفرد ثائراً افتراضيّاً، ويمنع ما قد يكون سبباً في تغيير حقيقي، كذلك ألَا يستطيع النظام نشر الشائعات كيفما شاء وتوجيه الآراء.

أليس النظام هو الذي يضع أصبعه على الزر المسؤول عن إغلاق وتشغيل وسائل الاتصال إذا خرج الأمر عن سيطرته، فكيف يُمكن التصديق بأنَّ هذه الوسائل مُحايدة أو مُنعزلة عن المنظومة؟

يجب أن نتأكَّد أنَّ المنظومة لن تفرط في أيِّ وسيلة تجعل المجتمع تحت مستوى التفكير الذي يسمح للمجتمع أن يُناقش فيه السلطة.

العالم الافتراضي

يقوم هذا المبحث بطرح رؤية قد يراها البعض مُبالَغاً فيها، هذه الرؤية هي ليست فقط لشكل المجتمع الذي سنُقدِم عليه، بل هي رؤية لعالـمٍ جديد.

وهنا يجب من توضيح مهم: إنَّ كلمة العالـم الافتراضي أصبحت تُستخدم كثيراً كمرادف للشاشة الزرقاء Facebook & Twitter، **والحقيقة**: إنَّ هذا من الخطأ الذي قد يقع فيه البعض، ويُعد من باب التساهل، إذ إنَّ العالـم الافتراضي هو بديل للعالـم الحقيقي، وليس فقط للجانب الاجتماعي كما هو الحال بـ Facebook & Twitter اللَّذين يصلح أن يُطلق عليهما اسم المجتمع الافتراضي، أو شبكة التواصل الاجتماعي الافتراضي.

فالعالـم الافتراضي أعمُّ وأشملُ من المجتمع الافتراضي، ففي العالـم الافتراضي هناك حياة كاملة، بداية من مرحلة الطفولة مُروراً بالدراسة، والعمل، وامتلاك المنشئات، والاستثمار، والبيع والشراء، والزواج... إلخ.

والحقيقة: إنَّ العالـم الافتراضي قد تطوَّر تطوُّراً مُريباً ومُزعجاً إلى حدٍّ بعيدٍ جدّاً، ولا أحد يشعر، ولا أحد يبدو مهتماً: إنَّنا الآن في مرحلة تشهدُ تحوُّلاً ليس في شكل المجتمع فحسب، بل في العالـم نفسه!

أقصد بالعالـم: كلَّ شكل العالـم الذي نعرفه، فنحن نتَّجه إلى حقبة جديدة، قد تبدأ مباشرة بعد أن ينقضي الجيل الذي اقترب أجله الذي شهد العالـم كما هو، حقبة سيُمكنك فيها أن تشاهدَ الناس يمشون من حولك أجساداً بلا أرواح، يخرجون للضروري من حياتهم، ولا يتلمسون أيَّ شكلٍ من أشكال التواصل الإنساني مكتمل الأدوات والعناصر.

زمانٌ ستكون فيه البيوت والمتنزهات والأماكن والمقاهي العامة يسودها الصمتُ، فكلٌّ قد أحنى جبهته مسلوبة روحه داخل الجهاز الذي يفتح له بوابة **الحياة الموازية**، فيه يلتقي بأصدقائه الذين قد يكونون مثله حقيقيين أو افتراضيين، وفيه يُسافر ويتمتع بركوب أفخم السيارات، والسكن في أرقى المناطق، وفيه يضحك ويتأثر ويبكي، ويحب ويكره، ويغضب ويفرح، وفيه يحقِّق كلَّ ما لا يستطيعه في العالـم الحقيقي.

قد أكونُ مُبالغاً إلى حدٍّ ما، ولكن دعنا نتعرَّف سويّاً على هذا النموذج للعالـم الافتراضي الذي يعرف باسم Second Life الحياة البديلة، إنَّه ليس مجتمعاً افتراضيّاً، بل هو حياة كاملة افتراضيَّة تمَّ بناؤها بتقنيَّة عالية جدّاً، تستطيع أن تحياها بالصورة

التي تختارها، فتختار - مثلاً - جسد رجل أو امرأة وتقوم بتعديله، بدءاً من تصفيفة الشعر، انتهاءً بنوع الحذاء، أمَّا عن المكان الذي ستعيش فيه، فمن الممكن أن تعيش في عالم شبيه بالحقيقي، تمتلك سيارة، وتمشي في شوارع كالحقيقيَّة، أو من الممكن أن تعيش في عالم فانتازيا، فوق السحاب، أو في جزيرة مسحورة، أو حتى تكون ملكاً لعالم تحت البحار، أو تعيش في العصور الوسطي... إلخ.

عدد المشتركين عليه ٣٥٥٠٠٠٠٠ مشترك[١]، يقوم ما يقرب من مليون ونصف مليون من الدخول إلى هذا العالم شهريّاً، هؤلاء يقومون بعمليَّة استبدال كاملة لعالمهم الحقيقي بهذا العالم، أغلبهم يعيش في غرفته المظلمة، غير مكترث بشيءٍ في حياته سوى الشاشة، قد لا تربطه عَلاقة بأحد في العالم الحقيقي إلَّا أنَّه قد يكون نجم حفلات تتجه إليه أنظار الفتيات كُلَّما ذهب، أو تكون امرأة أصابت التعاسة حياتها فحطمتها تماماً إلَّا أنَّها إذا ولجت إلى عالمها الافتراضي؛ تحوَّلت إلى تلك المرأة المثيرة التي حيَّرت عقول الآلاف؛ ليأخذوا منها ولو موعداً واحداً.

ويستطيع الناس تداول عُملات خاصة يتمُّ تداولها بالعالم الافتراضي تعرف باسم Bitcoin لها قيمة فعليَّة، من الممكن شرائها من على موقع Amazon، أو غيره، تستطيع استثمار هذه الأموال في قطعة أرض بداخل هذا العالم الافتراضي، أو حتى

(١) *Second Life Statistical Charts, Dwell on it's web site.*

من الممكن أن تشتري جزيرة وتبني عليها منتجعات وفنادق سياحية، ويقوم الزائرون للجزيرة بالدفع لك أنت.

كل شيء ممكن في العالم الافتراضي، بل ما قد يبدو مستحيلاً في العالم الحقيقي يكون مُمكناً في الافتراضي، المهم ألَّا تتحرك من أمام الشاشة، فالشاشة هي النافذة التي تتخلَّص بها من كلِّ ما يُسبِّب لك الإزعاج في العالم الحقيقي، أو رُبَّما تخلَّصت بها من العالم الحقيقي نفسه.

الأمر ليس بالطبيعي إطلاقاً، الأمر خطير!

هلمَّ، فلنقرأ سويّاً هذا الخبر الذي ورد بجريدة الجارديان سنة (٢٠١٠م):

«**رضيعةٌ ماتت من الجوع، بينما كان والديها يقومون بتربية طفلة افتراضيَّة في عالم افتراضي!!**».

نعم، هكذا هو الخبر، كما قرأتَه!

قام والد الطفلة (٤٥ عاماً) هو وزوجته بتربية طفلة افتراضيَّة بعد أن وهبهم الله طفلة غير مكتملة الأعضاء، كانوا يُطعمونها قليلاً من اللبن المجفف، أو حتى يتركوه بجانبها، ثم يسرعون إلى جهاز الكمبيوتر؛ ليتمكَّنوا من الولوج إلى عالمهم الافتراضي الذي يحمل اسم ***Prius***، الذي يُشبه عالم ***second life***، المهم أنَّهم كانوا يتركون رضيعتهم، ليتمكَّنوا من تربية تلك الطفلة Anima، وهي عبارة عن فتاة صغيرة يمتلئ العالم الافتراضي بفصيلتها، تهيم هذه الفصيلة في زوايا هذا العالم لا يجدون من يرعاهم ولا

يعطف عليهم، وعندما تحين اللحظة لمقابلة إحدى طفلات هذه الفصيلة، فإنَّها سرعان ما تندمج بشخصيتك الافتراضية، وهذه الطفلة بالطبع ليست كتلك الطفلة غير مكتملة الأعضاء، والتي تُشكل همّاً فوقَ همٍّ الوالدَيْن اللَّذين لا يجدون عملاً، بل إنَّ Anima لها قُدرات خارقة ومن الممكن أن تساعدهما في حياتهم الافتراضية[1].

يا للأسى!

إن الأمر لا يقتصر على الكبار فقط، بل إنَّ ديزني أنخات عالماً افتراضيّاً يُدعى: Clup Penguin هذا العالم خاص بالأطفال، ويضمُّ أكثر من (١٥٠ مليون) مستخدم.

ووصلت فاعليَّة العالم الافتراضي وتأثيره على المجال الاقتصادي أنَّ شركات كُبرى تقوم بالإعلان في شوارعه، وتدفع ثمن الإعلان، كما تقوم بذلك في العالم الحقيقي، مثل شركة Coca Cola مثلاً.

«ماذا يحدث عند الخط الفاصل بين الحياة الحقيقة والعالم الافتراضي؟»:

كان هذا عنواناً لورقة توضيحيَّة أعدها hydeyuki tamura للأبحاث التي تقوم بها اليابان لأجل المشروع الذي يُعرف باسم: «خلط الواقع، أو الواقع المختلط»، وهو مشروع يُمكن من خلاله

(١) Girl starved to death while parents raised virtual child in online game,, Friday 5 March 2010.

إيجاد الوسيلة المناسبة لدمج الإنسان بالعالم الافتراضي بينما هو في حياته الحقيقيَّة، من خلال أجهزة متطورة ونظارات خاصة لهذا الدمج.

تحت اسم MR Project الواقع المختلط في الورقة التوضيحيَّة، جاءت هذه الكلمات:

لقد قُمنا بالاشتراك في مشروع الواقع المختلط، هذا المشروع الذي من الممكن أن تتمَّ الاستفادة منه في العهد الأول من القرن الواحد والعشرين.

يقوم هذا المشروع بالتخلص من الحدود والقيود المتعلقة بالعالم الافتراضي التقليدي.

من خلال هذه المشروع من الممكن إمداد العالم الافتراضي ببيانات من الحياة الحقيقيَّة.

تمَّ إطلاق هذا المشروع عام (١٩٩٧م) من قِبل الحكومة اليابانيَّة بالاشتراك مع شركة Canon، ومن الممكن أن يمتد هذا المشروع إلى عام (٢٠٠١م)، ويضمُّ هذا المشروع القومي جامعات كُبرى باليابان، جامعة (طوكيو ـ هوكايدو).

يضمُّ هذا المشروع عدة اختراعات منها ما هو خاصٌّ بالألعاب، كأنْ تستطيع أنْ تلعب ألعاباً افتراضيَّة، ولكن في العالم الحقيقي، بمعنى أن ترتدي نظارة تقوم بخلط ما تراه في العالم الحقيقي بأشكال افتراضيَّة أخرى كسُفن للفضاء أو مخلوقات مُتوحشة، أو حتى أصدقاء افتراضيين، وتُنشِئ معهم

صداقة يمشون معك في نفس الشوارع التي تمشي بها وهكذا إلخ[1].

بالطبع هذا ليس المشروع الوحيد، ولكن هناك مشروع آخر يحمل نفس الاسم، والذي أطلقته كليَّة علوم الكمبيوتر بجامعة نوتينجهام الإنجليزية من خلال معمل الواقع المختلط الخاص بالجامعة، ولكن هذا المشـروع من أهدافه، أن يقوم بإنشاء بيئات افتراضيَّة يستطيع الإنسان أن يعيش فيها من خلال دمجها بالحياة الحقيقية[2].

لا تعليق!

---

(١) Hideyuki Tamura, Mixed Reality systems Labrotory Inc. Japan, What Happens at the Border Between Real and Virtual Worlds.

(٢) Mixed Reality Lab, School of Computer Science, The University of Nottingham.

الفصل الثاني

أدوات ووسائل الضبط والسيطرة

كلُّ ما سبق ذكره إنَّما يُوضح الوسائل التي استخدمتها المنظومة لضبط المجتمعات ولتهدئة الجماهير، إلَّا أنَّ في أثناء البحث تمَّ التعرُّض للأدوات التي تستخدمها المنظومة في عمليَّات ضبط وتشكيل المجتمع مثل (التلفزيون ـ الإعلان)، ومن هنا كان هذا الفصل لأجل إلقاء الضوء بصورة مختصرة على أهم هذه الأدوات المستخدمة؛ لأنَّني أقوم بالفعل بتخصيص بحث منفرد يشمل هذه الأدوات فقط.

الضيف الدائم (التلفزيون)

أولُ ما ظهر هذا الصندوق الخشبي، وبدأ بدخول البيوت تمَّ على الفور إطلاق عليه اسم «الضيف الدائم»، حتى إنَّ بعض العائلات خاصة في الولايات المتحدة كانت تلبس الأنيق من الثياب بعد أن يكونوا قد قاموا بالاستحمام، ثم يقومون بإعداد وجبة خفيفة لتسليتهم أثناء التفاف الأسرة حول هذا الضيف الذي يقوم بإدهاش أفراد الأسرة كل ليلة بجديد.

بالفعل هو ضيف دائم لا لبيت واحد فقط بل لجميع أفراد المجتمع، فقد يطلُّ عليهم بصحبة رئيس الدولة الذي يخاطب المجتمع بأسره في نفس الوقت، حتى يصبح المجتمع ليتحدث عن تلك الزيارة الغير متوقعة.

لـم يَعُدِ الناس محتاجون إلى ارتداء الثياب والوقوف بطابور السينما أو الوقوف على باب المسرح لمشاهدة فيلماً أو مسرحيَّة، وليس عليهم معاناة الزحام بعد الآن لحضور الأحداث الانتخابيَّة والمناظرات السياسيَّة، فليس عليهم إلَّا مُجالَسة هذا الصندوق،

الذي سينقل لهم العالـم كما هو وهم جالسون على الأرائك بعد وجبة العشاء.

لـم يَعُدِ الناس يُعانون لمعرفة أخبار العالـم، فالتلفزيون يأتي بالأخبار من كل أقطار العالـم في لمح البصر، ليس على الناس إلَّا تشغيل الشاشة لمعرفة ما حدث، وما يحدث، وما سيحدث.

أعتقد أنَّ كلَّ ما تعلَّمناه عن التلفاز في الصغر من خلال كتبنا المدرسيَّة ذات الأشعار ضعيفة المبنى والمعنى، ودروس القراءة التي تُصيب صاحبها أغلب أوقاته بالبلاهة لا يختلف عما سبق كثيراً.

وكلُّ ما سمعناه عن التلفزيون أنَّه هو الجهاز الذي جعل العالـم قرية صغيرة، وقرَّب الناس من بعضهم أكثر، وتجاوز الحدود الجغرافيَّة.

هذه الرؤية السطحيَّة هي ما تربَّت عليه أجيال كثيرة منذ إنشاء هذه الأداة للإعلام، ولكن يبدو أنَّ للمتخصصين رؤية أخرى أكثر موضوعيَّة وأكثر عُمقاً.

أعجبتني كلمة للممثل الكوميدي "Eddie grivin" في إحدى عُروضه السياسيَّة الثقافيَّة التي يُؤديها على المسرح بما يعرف باسم **"stand up show"**: وهو يقول فيها:

«احصل على كتاب يا رجل! القراءة مفيدة للعقل:

Reading is fundamental-fun-to-mental

كلمة (فكر!) يبدو أنَّها لـم يتمَّ حظرها بعد، ولكنهم ـ أي: المنظومة ـ يعملون على جعلها كذلك.

أريد من جميع الشباب المراهق وصغيري السن ـ مهما كانت جنسيتكم ـ أن يقوموا بإطفاء التلفاز لمدة أسبوع، أسبوع واحد فقط، وانظر إذا كنت تستطيع أن تعيش بدونه ـ ضحكٌ من الجمهور ـ!

بالطبع ستجد الشباب أصبحوا كمدمني المخدرات «ماذا؟ لا تلفاز؟!»، «لا أستطيع!» أحتاج إلى جهاز التحكم، أعطوني جهاز التحكم، لا تفعلوا بي هذا، أعطوني الجهاز!

إنَّ هذا الشيء يُدعى البرمجة من خلال الرؤية:

Tele-vision programming.

إنَّهم يُبرمجونك يا رجل عن بُعد، إنَّه تتمُّ برمجتك يا رجل!

تشاهد هذا في الأخبار، فتقول: «لقد شاهدت هذا في الأخبار إنَّها حقيقة».... لا ليست كذلك إنَّها «هراء!».

نعم، إنَّ هذه هي حقيقة هذا الجهاز المُسمَّى بالتلفاز، إنَّه يقوم ببرمجة عقولنا، إنَّه يقوم بقصف العقل بمجموعة هائلة من الصور بدون تسلسل منطقي لها، وجداول من المسلسلات ونشرات الأخبار وبرامج وأمور أخر لا عَلاقة بينها على الإطلاق؛ «لذلك يرى «ريجيس دوبريه» أنَّ هذا يقوم ببرمجة مسبقة للمتلقين لها، ويرى «إدغار موران» في «نهاية الحداثة» أنَّ هذه الصورة من العروض تقوم بفعل غسيل المخ»[1].

---

(١) مقال: **«ثقافة الصورة.. التحدي والاستجابة وعي الصورة.. صورة الوعي»**، للدكتور: فؤاد ابراهيم.

ولا أعتقد أنَّه بعد عرض الرُّؤى السابقة لديبور أو بورديو وغيرهما نحتاج لإثبات خطر التلفزيون على الثقافة أو الفكر، ولكن ما سيقوم هذا الجزء بتوضيحه هو العَلاقة بين التلفزيون كجهاز، وبين تدنِّي القدرة العقليَّة أو في بعض الحالات توقف العقل عن العمل.

الضباب العقلي

هل حدث مع أحدنا من قبل بعد مشاهدة التلفزيون أُصيب عقله بحالة ضبابية ـ كتلك التي تُصيب الإنسان عندما يظلُّ مُركِّزاً بصره «سرحان» في شيء ثم فجأة ينتبه لشيء ـ، حيث تشعر أنَّك فقدت الإحساس بالزمن، ونسيت من أين بدأت المشاهدة، ومتى جلست، ثم شعرت أنَّ عقلك يقوم بإعادة تشغيل، بعدها تتذكر بالتدريج ما حدث.

لست وحدك الذي شعر بمثل هذا الشعور، والسبب حسب ما قال «هربرت كرجمان» و«توماس مولهولاند» أنَّنا عندما نجلس لمشاهدة التلفاز ينتقل المخ خلال (٣٠ ثانية) من وضعية أمواج «بيتا» التي يكون عليها العقل عند القراءة ومحاولة التفكير العقلاني إلى وضعية أمواج «ألفا»، وهي وضعية نصف الوعي، وحالات الاسترخاء الشديدة، وقبل الدخول في النوم.

بالإضافة لذلك؛ فإنَّ القسم الأيسر من المخ وهو المسؤول عن العمليات التفكيريَّة يدخل في شبة عمليَّة انتظار، أمَّا القسم

الأيمن من المخ المسؤول عن المشاعر وعن العمليات التي لا تحتاج إلى كامل الوعي يصبح نَشِطاً.

لذلك لا تجد أحداً قد يصيب عقلَه التعبُ من مشاهدة الأفلام والبرامج التي يحب، وإن مرَّت عليه ساعات وهو في حالة المشاهدة، وذلك لأنَّ وضعية العقل تكون في حالة نصف الوعي، على عكس القراءة التي إذا ما تجاوز المرء فيها الساعة أو الاثنين بدأ الشعور بالإرهاق، وربما أحسَّ بثِقل بدماغه.

تُؤكِّد هذه التجربة التي قام بها «كرجمان» على أنَّ أغلب أجزاء المخ المسؤولة عن التفكير المنطقي، تتوقف عن أداء عملها.

وعلى هذا؛ فإنَّه من الصعب جدّاً ـ أو من المستحيل ـ أن يعتقد أحدٌ أنَّ الإصلاح من خلال شاشة التلفزيون قد يكون مُمكناً، حيث إنَّ وضعية العقل لا تسمح بذلك، فبالتالي قام النظام باستخدام هذه الشاشة لإقناع الناس أنَّه يُمكنهم استقاء المعلومات، وتقوية الثقافة، وفهم ما يدور داخل الدولة وخارجها من خلال مشاهدة التلفاز، وهم في الحقيقة أشبه بالنائم اليقظان.

إنَّ قضاء الكثير من الوقت أمام شاشة التلفزيون يصيب العقل بنوع من الخمول، فالشخص الذي يُكثر من مشاهدة التلفزيون تجده ثقيلاً بطيءَ الحركة، ويميل بشدة إلى أحلام اليقظة، ويتعب من إعماله لعقله، وسرعان ما يفقد التركيز.

ومن هنا أثبتت أحدُ أهم الدراسات التي ناقشت عَلاقة العقل

بالوسائل الإعلامية: «أنَّ العقل هو الذي يتحكَّم بالـمادة المقروءة، بينما التلفاز هو الذي يتحكم بالعقل».

هذه الدراسة تمَّ نشرها عام (١٩٧١م)، وهي عبارة عن دراسة قام بها «كروجمان» عام (١٩٦٥م) عن مدى تأثير وسائل الإعلام على العقل[١].



حتى على مستوى الألفاظ نجد أنَّ الدراسات المبتعدة عن السطحيَّة في التعامل مع التلفزيون تُثبت أنَّ التعرُّض بكثرة له يُؤثِّر على المشاهدين من خلال فقدهم للمهارات اللفظيَّة التي يتطلَّبها

(١) "Brain Wave Measures of Media Involvement" -Herbert krughman- first published in the "Journal of Advertising Research" (Feb 1971).

مجتمع المتعلمين، وكذلك فإنَّ الأطفال الذين يتعرضوا لمشاهدة التلفاز بكثرة قد أظهروا «مستويات لغوية متدنية»[1]!

إنَّ هذه هي النتيجة الحتمية لمشاهدة التلفزيون، فإنَّ جهازاً كهذا يقضي على القدرة العقليَّة تماماً فيما يتعلَّق بالفكر أو الثقافة، إنَّ غالبيَّة الجماهير المتابعة للتلفزيون تجد أفكارهم سطحيَّة إلى حدٍّ بعيد على عكس الذين يعتمدون بالكليَّة على الكتاب، فيما يتعلَّق بالمعلومات أو الثقافة.

وكما سبق أنَّ أيَّ أداة تجعل الفرد تحت المستوى الفكري المطلوب لمساءلة السلطة، ويبدو أن التلفزيون هو خير وسيلة لتحقيق ذلك الأمر.

فبالتالي: نجد أنَّ التلفزيون هو أحد أهمِّ أدوات النظام، فمهما تطوَّرت وسائل الاتصال، وظنَّ البعض أنَّ Facebook أو Twitter أو YouTube هم الوسائل الأكثر تطوُّراً، ستبقى الحقيقة أنَّ كلَّ هذه الوسائل تعتمد على التلفزيون مصدرها الأول للخبر، وذلك لأنَّ التلفزيون هو الوسيلة الوحيدة التي تضمن المنظومة أنَّها عند كلِّ طبقات الشعب على عكس بقية الوسائل التي تستخدمها بعض الطبقات دون غيرها، فقد تمرُّ على أحد الفقراء الذين يَتَكون بيتهم من أربع ألواح معدنيَّة لا تتعدَّى المساحة بداخله العشر أمتار، وليس عندهم مصدر للمياه، ولا يمتلكون هاتفاً،

(١) «التلفزيون خطر على الديمقراطيَّة»، ص(٥٢).

ولكن ولابد أن ترى فوق السقف المصنوع من الخوص صحن استقبال لإشارة الأقمار الاصطناعيَّة!

ولذلك كان لابُدَّ من وجود صوت للنظام أو قُل: صورة للنظام تدخل بيت أيِّ أحدٍ، وكلِّ أحدٍ، ولهذا؛ فإنَّ التلفزيون هو صورة النظام الرمزيَّة، وهو صورة النظام الخاضعة للعديد من عمليَّات التجميل.

الإعلان

الإعلان على حسب «بودريار» هو ذلك الإجراء المختصر الذي يستطيع أن يُغرقك في الأحلام من غير أن يحدِّثك، بلا ماضٍ وبلا مستقبل، إنَّه لا يُنسى مع أنَّه لا يُحفظ، له من القوة ما يُمكنه من فرض ما يريده علينا بغير إجبار.

إنَّ الإعلان في حقيقة أمره هو الصورة الوحشيَّة للنظام الرأسمالي «نظام اقتصاد الاحتيال البريء»، يبدو أنَّ الإعلان لا يُمكن أن يُناقش، حتى ولو ظهر في صورة لا إنسانيَّة ولا أخلاقيَّة، فمَن منا لم يرَ هذه اللَّافتة العملاقة لأرض الفردوس في الساحل الشمالي، حيث الحياة في أرقى صورها، والراحة كما نتمناها، والضحكة تملأ وجوه الفتيات اللاتي يرقصن بلباسهن الأبيض الملائكي فوق كومة من التراب والطوب المحطم المسماة بالعشوائيات، نعم، قد رآها الكثير، ولكن القليل جدّاً مَن تأمَّلها، أليس هذا أمراً بالفعل عجيب؟! كيف لا تلحظ الغالبيَّة العُظمى من المجتمع أنَّ هذا وضع مزرٍ ومخجل، ولكن يبدو أنَّ هذه هي

المهمة المُوكَّلة إلى الإعلان، فإنَّنا إذا أعدنا النظر إلى اللَّافتات الإعلانيَّة، وعلى ما يكون مرتبطاً بها؛ لأدركنا أنَّ الإعلان ليس هو ما يزخرف الجدران أو يبهجها، بل هو ما يمحو هذه العشوائيات والشوارع الخربة، والواجهات المتهدمة، وكل هندسة معماريَّة مشوهة ويبتلع ويمحو كل شيء في شكل الحياة التي يرجوها الكل.

سلطة الإعلان المطلقة

مَن أعطى للإعلان السُّلطة أن يأمر المجتمع، ولا يطلب منه أن يجرب المنتجات التي تقوم الشركات بعرضها؟

ـ اشرب Pepsi.

ـ اسكن في الربوة.

ـ اشترى BMW.

مَن الذي أعطى للإعلان السُّلطة أن يُحدِّد لي ما الذي أحتاجه، وما لا أحتاجه؟

ـ استبدل تليفونك القديم ـ ولو كان يقوم بالمطلوب ـ بتليفون جديد.

ـ تخلص من سيارتك القديمة.

كانت الإعلانات قديماً في الأربعينات ـ مثلاً ـ تستخدم أسلوب الطلب في الإعلانات: «جرب منتجنا، منتج كذا، يضمن لك انتعاشاً لا يُقاوم»، لكن ما الذي أحدث هذا التغيير في اللهجة الإعلانيَّة المستخدمة الآن؟



ربما لأنَّ علم النفس تطوَّر تطوراً كبيراً إلى حدٍّ بعيدٍ جدّاً في معرفة ما يريد الإنسان، ويبدو أنَّ هناك صلة وثيقة بين الدعاية والإعلان وعلم النفس منذ زمن بعيد، وازدادت تطوُّراً بعد إدخال أفكار «فرويد» الساحة الإعلاميَّة على يد «بيرنيز».

يُمَكِّن علمُ النفس الشركات من أن تعرض منتجاتها من خلال صيغ نفسيَّة لا تترك عند المشاهد للإعلان فرصة أن يرفض أو يوافق، وربما يظهر لنا المعنى أكثر لو اطلعنا على بعض الأدوات التي يستخدمها الإعلان لينفُذ بها إلى اللَّاوعي الجمعي والفردي على حدٍّ سواء.

أولاً: التَّكرار (كم مرة عليَّ أن أكرِّر لك القول لتصدق أنَّه حقيقي):

يقول «لوبون» عن التَّكرار للشيء أنَّه: «ينتهي به في تلك الزاوية العميقة للَّاوعي، حيث تصنع دوافع أعمالنا، فمع مرور الوقت ننسى مَن هو مؤلف القول المُكرر، وينتهي بنا الأمر إلى حدِّ الإيمان به، وعلى ضوء ذلك: نفهم القوة الهائلة للإعلان».

أحد أقدم النظريَّات المُتعلِّقة بالتَّكرار المُوضِّحة للعَلاقة بين الفرد وبين الإعلان، والتي يحكم البعض أنَّها لازالت تُستخدم حتى الآن، نظرية: «توماس سميث» عام (١٨٨٥)، والتي أطلق عليها اسم: «الدعاية الناجحة successful advertising»، وتمرُّ بعدة مراحل على حسب الشكل الآتي:

المرة الأولى: التي يلحظ فيها الناس أيَّ إعلان لا يرونه.

المرة الثانية: لا يشعرون بوجوده.

المرة الثالثة: يحسُّون بوجود الإعلان.

المرة الرابعة: يشعرون بأنَّهم رأوا هذا الإعلان من قبل.

المرة الخامسة: يقومون بقراءة الإعلان.

المرة السادسة: يقرأونه بتمعُّنٍ وينظرون إليه بتركيز.

المرة السابعة: يبدأون بالتفاعل مع فكرة الإعلان.

المرة الثامنة: يبدأون بالتفكير.

المرة التاسعة: يقومون بسؤال أنفسهم هل يفوتهم شيءٌ ما.

المرة العاشرة: يسألون أصدقاءهم ومَن حولهم حول المنتج، وهل قام بتجربته.

المرة الحادية عشر: يتساءلون كيف تقوم الشركات بالدفع لكل هذه الإعلانات.

المرة الثانية عشر: يبدأون بالتفكير أنَّ هذا المنتج رُبَّما يكون جيِّداً بالفعل.

المرة الثالثة عشر: يشعرون أنَّ هذا المنتج يُمثِّل أهميَّة ما.

المرة الرابعة عشر: يتذكَّرون أنَّهم طالما انتظروا منتجاً كهذا المنتج.

المرة الخامسة عشر: يبدأون بالتذمُّر؛ لأنهم غير قادرين على تحمُّل نفقة شراء المنتج.

المرة السادسة عشر: يقبلون حقيقة أنَّهم سيقومون بشرائه في وقت ما بالمستقبل.

المرة السابعة عشر: يضعون المنتج على أولياتهم لشرائه.

المرة الثامنة عشر: يلعنون الفقر الذي منعهم من شراء هذا المنتج الرائع.

المرة التاسعة عشر: يبدأون بعد أموالهم بحذر.

المرة العشرون: التي يرون فيها الإعلان يقومون بالفعل بشراء المنتج.

ويرى «كروجمان» أنَّ هذه الرؤية غير صحيحة نفسيّاً؛ لأنَّ الإنسان يمرُّ بمراحل ثلاث فقط!

مع أنَّ مسألة عدد المرات التي يُشاهد فيها الإعلان عليها جدلٌ واسع بين أصحاب التخصص الدعائي، إلَّا أنَّ حقيقة التَّكرار للمعلومة له أثر كبير على نفسيَّة المتلقي للمعلومة.

فكم مرة رأينا إعلان Pepsi أو Coca Cola، أنَّ الإعلان لا يجبرك على الشراء، ولكن إذا شعرت بالعطش؛ فإنَّه سيجبرك على شرب Pepsi، بالطبع يعتمد الأمر على عدد المرات التي شاهدت فيها إعلان Pepsi أو Coca Cola، والكيفيَّة التي تمَّ عرض الإعلان بها.

ثانياً: هرم الحاجات الإنسانيَّة (ليس عليك أن تخبرنا ما تحتاجه فنحن نعرف ذلك أكثر منك):

تلك الصيغة النفسيَّة الأخرى التي تُستخدم في الإعلانات تقوم على هرم الحاجات الذي أسسه «ماسلو Maslow»، وهو يقوم على فكرة أنَّ الحاجات البشريَّة تُكوِّن شكلاً هرميّاً، على حسب الترتيب التالي:

(١) قاعدة الهرم، الحاجات الفسيولوجيَّة:

وهي الأشياء الأساسيَّة (الطعام ـ الشراب ـ الهواء) ـ جعان ومش عارف تاكل ايه قرمش «س»، حتى ولو لم يكن المنتج مُشبعاً إلَّا أنَّ الإنسان يقوم بشرائه في كلِّ مرة أحسَّ فيها بالجوع.

(٢) الحاجة إلى الأمن:

سيارات «س» هي الأكثر أماناً في فئتها، ولو كانت كلُّ السيارات يتمُّ سرقتها إلَّا أنَّ الإنسان كُلَّما فكَّر في أمان السيارة فكر في السيارة «س».

(٣) الحاجة الاجتماعيَّة:

وهي الشعور بالانتماء كتكوين الصداقات، مع «س» اللَّمَّة تِحلى.

(٤) الحاجة إلى التقدير:

عبَّر ومين قدك، أنت الفكرة، فكُلَّما استخدم الإنسان المنتج أحسَّ بالثقة والتقدير له.

(٥) الحاجة إلى تأكيد الذات:

وهي قِمة الهرم، ويتمُّ إشباعُها بعد أن يتمَّ إشباع باقي الحاجات، ويتمُّ إشباع هذه الحاجة من خلال توفير الظروف التي تساعد الإنسان على إبراز قدراته على الابتكار، أو إظهار أنَّه موجود ومرغوب، والأمثلة على ذلك كثيرة، ومنها ـ مثلاً ـ إعلان Sprite (أنا كدة، أنت عايز تبقى إيه؟)، عن هذا الشاب الذي كان يحلم بأن يكون رياضيّاً، ولكنه كان مصاباً بمرض في رئته، ولكنَّه قرر أن يكون أحد متسلقي أعلى قمة جبل في العالم، أو الآخر الذي شغل وظائف كثيرة إلَّا أنَّه قرَّر أن يكون مُمثِّلاً (أنا كدة، أنت عايز تبقى إيه، أنا Sprite).

التخدير المجتمعي

إنَّ الإعلانات كالمخدر تماماً، فلن تستطيع أن تقف في وجه همومك وأن تغيِّر ملامح يومك، كما تعدك شركة المصريَّة للاتصالات، ولن تخرق الأسفلت ليتحول إلى بحر من المياه المثلجة المنعشة، كما تعدك Sprite، ولن ترسم على الحائط المتهدم مَعبَراً إلى أرض الأحلام، كما تعدك Coca Cola، ولن تقوم بتحويل البُؤس على وجوه الناس في الأتوبيس العام بنفسجي اللون بقطع شوكولاتة كما تعدك Cadbury، ولن تجلس على سحابة في السماء بجانب القمر.

فلن تستطيع أن تفعل كلَّ ما سبق كما أنَّك لن تستطيع أن تتملك شقة مساحة ألف وخمسمائة متراً تطلُّ على حدائق خضراء بطول كذا فدان، ولن تستبدل سيارتك الـ Fiat القديمة بالـ Cls الجديدة، ولن تقوم بتغيير هاتفك القديم، ولا جهاز الكمبيوتر الخاص بك، بل أنت لا تحتاج إلى تغيير أو امتلاك شيء من ذلك، ببساطة شديدة؛ لأنَّ هذه ليست احتياجاتك الحقيقيَّة، إنَّها

احتياجات وهميَّة أنزلها عقلك اللَّاوعي منزلة الضرورة.

لن تستطيع فعل هذا أو ذاك إلَّا إذا أنزلت عقلك من على هذه السحابة المجاورة للقمر وأيقنت أنَّ البُؤس الذي يكسو الوجوه، وأنَّ هذا الحائط المهدم، والأسفلت الحارق في وقت الزحام الخانق، وأنَّ هذه الهموم وهذا اليوم ذو الملامح الحزينة هو بسبب هذه **المنظومة** التي تفرض عليك نظام حياتك التعيس من خلال مثل تلك الابتسامة التي تعلو وجه المهرج الأبله لـ MacDonald الذي أنا وأنت نحبه!

تلك **المنظومة** التي يجب أن تُواجَه بكلٍّ ما أُوتي البشر الأحرار من قوة.

وهذا ما حكم به «بودريار» على الإعلان أنَّه كالإعلام مدمر للقوى ومسرع للخمول.

إنَّ الإعلان هو اللغة التي يفهمها المجتمع، الإعلان هو: الحزب القديم والجديد، الإعلان هو حملة الانتخابات، وهو السيارة الجديدة، والبيت الراقي، والإجازة السعيدة، والمفروشات الفاخرة، ووسيلة الاتصالات الضرورية، الإعلان هو حياتك (الجديدة **كليّاً ولأول مرة**).

الإعلان هو الوعد بالسعادة الدائم الذي يجعل من المستحيل على الأفراد مقاومة النظام الشمولي كما قال «ماركوز»، "Coca Cola" ١٢٥ سعادة ـ افتح تفرح، "Cadbury" عيش الفرحة، . . . . . . إلخ.

الإعلان كما يقول «بودريار» هو الإغراء الاجتماعي المطروح في كلِّ مكان، على الجدران، في أصوات المذيعين الحادة الخافتة، وعلى اللَّافتات العملاقة حولك في كلِّ مكان، وأمامك في الشاشة على الدوام.

إغراء بالجنس، فمزيل العرق axe هذا سيُمكِّنك من مصاحبة هذه الفتاة المثيرة، وهذا المعجون "Close Up" سيجعل هذه الفاتنة تلتصق بك، وهذه السيارة تُمكِّنك من مُرافقة مثل نجمة الإغراء هذه المدعاة زورا بالمغنية!

إغراء بالعلو والرفعة، فهنا تسكن عالياً فوق سطح البحر بسبع مستويات، وهنا بالأعلى سترى أنوار القاهرة من شرفتك!

الإغراء بالراحة طوال العمر، الحياة كما ينبغي أن تكون!

الإغراء بالمال، ابحثى عن قطعة الألماس، عن جنيه الذهب، اكسب خمسين ألف جنيه، وجوائز تُقدَّر قيمتها بمليون جنيه!

على حسب «بودريار»: إنَّها الاجتماعيَّة الحاضرة في كلِّ وقت وكلِّ مكان، إنَّها الاجتماعيَّة المطلقة التي تحقَّقت أخيراً في الإعلان المطلق(١).

وبما أنَّ الإعلان هو الصورة الاجتماعيَّة، فهو يُحدِّد كذلك شكل هذه الصورة فيما يخدم المنظومة.

---

(١) «المصطنع والاصطناع»، ص(١٥٩).

سأحاول أن أُقرِّب هذه الرؤية بأمثلة من الإعلانات الحالية:

إذا أرادت المنظومة ألَّا يزيد عدد الأبناء عن اثنين، فلا يُمكن أن تلحظ إعلاناً إلَّا والأسرة فيه مكونة من أربعة أفراد (أم - أب - ابن - ابنة)، سواء كانوا في حديقة الفيلا الراقية التي يمتلكونها، أو بداخل السيارة الفخمة التي يقودها الأب والسعادة تملأ وجهه، أو في الرحلة الصيفيَّة في زورقهم الخاص وهكذا.

كذلك إذا أرادت المنظومة أن تقوم بتدمير العلاقات العائليَّة:

فيكفيها إعلان عن قرض بنكي عبارة عن شاب مُقبل على الزواج في بيت والد الفتاة الرَّاغب بها، ومعه عائلته كلِّها، وكلٌّ منهم يحكي عن مميِّزات ابنهم النجيب - في قالب كوميدي -، ثم إذا سأل والد الفتاة عن الشقة، إذ بالمكان يسوده الهدوء بعد هرب كلِّ أفراد العائلة، ثم يأتي المشهد التالي وبدلاً من العائلة أفراد من البنك الذي سيقوم بإقراض الشاب، وهنا يكتسب الشاب ثقة عالية!

أمَّا إذا أرادت المنظومة تفريغ الحياة الزوجيَّة من مضمونها الأساس وهو المسؤوليَّة:

فيكفيها إعلان مشروب شعير عبارة عن (شاب جالس على أريكته، والمكان حوله أصابته الفوضى، فتدخل زوجته وتبدأ في إلقاء اللَّوم عليه كيف أنَّه يقوم كل يوم باللعب مع أصحابه Play Station!! ولا يقومون بتنظيف المكان وتستمر هي في

الكلام، فيقوم الشاب بفتح زجاجة مشروب الشعير فينطفئ صوت الزوجة، وهي لاتزال تحرك شفتيها كأنَّه ضغط على زر «كتم الصوت» وها قد حُلَّت المشكلة).

أمَّا إذا كانت الصورة المرجوة أن يكون المجتمع مُنحلّاً أخلاقيّاً:

إعلان لنوع من المأكولات عبارة عن أربع شباب يلعبون PlayStation، فيطرق أحد على الباب، فيقوم أحد الشباب بفتح الباب، فتدخل أربع فتيات أو ثلاث، ويقومون بإعداد الطعام، ويلعبون سويّاً، بدون أيِّ إشارة لوجود أهل بالبيت، والأمثلة على هذا النوع من الإعلانات ما أكثرها!

إذا أريد طمس المفاهيم الأساسية في المجتمع:

مثال لقناة mbc عن شاب معه فتاة يشاهدان فيلماً مرعباً، وفجأة تأتي الكاميرا على (كلب أسود كالليل البهيم)، فيقفز الكلب بينهما خائفاً، فيُغطي الشاب عين الكلب، ويكونون الثلاثة ملتصقين معاً؛ أي: قيمة هذه في بيت سوى ألَّا يُمكن أن تقوم القناة بنفس المشهد، لكن مع وجود طِفلاً بدلاً من الكلب، وبما أنَّ الإعلانات مختصرة جدّاً، فكان لا بُدَّ وأن يكون هناك دليل على وجود عَلاقة تربطهما، كوجود صورة معلَّقة لزفافهم أو غير ذلك، ولكن يبدو أن يعيش شاب مع فتاة من غير عَلاقة تحل لهم هذا أصبح أمراً عاديّاً، وكذلك التخلي عن وجود الأبناء؛ أي: قيمة في مثل هذا الإعلان؟؟

قد يظنُّ البعض أنَّ هذا الطرح فيه مبالغة إلَّا أن الإعلانات بالفعل تقوم بعمليَّة ضبط للشكل الاجتماعي، فإن كان في الثقافات العربيَّة مازال الشعور بأهميَّة الأبناء موجوداً، فإنَّه ليس كذلك في الغرب، فمثلاً أحد الإعلانات عن «واقي ذكري» عبارة عن رجل في أحد الأسواق الكبيرة يشتري مُستلزمات البيت برفقة ابنه في سن السادسة تقريباً، فبينما الرجل يشتري جن جنون ابنه، فظلَّ يركض ويصيح، ويلعب بعنف، ويقوم بتحطيم الأشياء، وإلقائها على الأرض، والرجل يكون في قمة اليأس من تصرفاته، ثم يظهر الحلُّ على الشاشة عبارة عن كلمة (استخدم واقي ذكري) حتى لا تتعرض لمثل هذا!

إنَّ الإعلان هو النموذج الناقل لأعظم فكرة، تلك الفكرة الأساسيَّة والحقيقيَّة الوحيدة في هذه المجتمع التنافسي: فكرة (السِّلعة والعلامة التجاريَّة) على حسب «بودريار»[١].

كلُّ الفصول التي سبقت قد أوضحت فكرة أساسيَّة أشار إليها «بودريار»، والفكرة هي: لا فرق بين السياسي والاقتصادي، فالسياسي هو الاقتصادي هو السِّلعة والسِّلعة التي أصبحت كلَّ شيء حولنا، وهذه الأداة تُعَدُّ الأداة الأساسيَّة المستخدمة من **المنظومة** لتهدئة الجماهير كما قال «أدورنو».

(١) المصدر السابق، ص(١٥٨).

رسائل اللاوعي

«أنت لـم ترها، ولكنَّك سترغب في شرائها أنت لا تعرفه، ولكنك ستقوم بانتخابه».

رسائل العقل اللاواعي subliminal messages هي عبارة عن كلمات أو صور يتمُّ عرضها أثناء مشاهدة أي مادة معروضة على الشاشة، إلَّا أنَّها تُعرض بسرعة فائقة، لدرجة أنَّ العقل الواعي لا يلحظ وجودها، بينما يقوم العقل اللَّاوعي بتخزينها وتحليلها والتعامل معها على حسب صورتها، فإن كانت أمراً للترغيب في منتج ما، فإن الإنسان يشعر برغبة في اقتنائه دون أن يتعرَّف على السبب وراء هذا الدافع النفسي.

هذه الوسيلة تمَّ استخدامها أول مرة على يد James vicary عام (١٩٥٠)، على صورة إعلانات غير مباشرة لزيادة بيع وشراء مشروب الصودا والفشار بداخل السينمات، فقام "James" بعرض كلمات (اشرب Coca Cola) (قم اشترى فيشار popcorn) تظهر لأقل من ثانية على الشاشة.

بعد أن انتشر خبر "James" أصاب الناس القلق أن تكون الشركات تستخدم هذه الوسائل لدفع الناس شراء منتجاتها.

بيد أنَّ "James" قد اعترف أنَّه قام بتلفيق نتائج الأبحاث المتعلِّقة بتأثير رسائل اللَّاوعي على المشاهدين[١].

يبدو أنَّ هذا الاعتراف ليس دليلاً على عدم وجود مثل هذه الوسيلة، فقد قامت المخابرات الأمريكية CIA بإعداد تقرير حول هذه القضية، وتمَّ السماح بنشر هذا التقرير عام (١٩٩٤م)، حيث يثبت التقرير حادثة "Vicary" بدون أن يذكر اسمه، حيث أكَّد التقرير أنَّه من الممكن أنَّ يتمَّ التأثير على أفعال الفرد من خلال استخدام رسائل اللَّاوعي في ظروف خاصَّة، وباستخدام أجهزة معينة مِمَّا يجعل من الصعب جدّاً تعميمها أو انتشارها[٢].

هذا كلُّه إن كان صحيحاً لـم يوقف الجامعة اللندنية UCL[٣]، وهي تعد أحد أهم الجامعات البريطانية من إعداد دراسة مفصلة عن تأثير رسائل اللَّاوعي، **يقول الفريق الذي قام بالدراسة:**

قد أثبتت دراسات سابقة أنَّ الفرد من الممكن أن يستجيب من خلال اللَّاوعي إلى معلومات مُعطاة من خلال رسائل معينة لا يستطيع تحليلها الوعي؛ لخلق مشاعر مُعيَّنة، ولكن تبقى النتائج المعطاة من أغلب هذه الدراسات غامضة.

---

(١) Stuart Rogers p. (13).

(٢) The Operational Potential of Subliminal Perception APPROVED FOR RELEASE 1994 CIA HISTORICAL REVIEW PROGRAM 18 SEPT 95.

(٣) *UCL study: subliminal messaging "more effective when negative" September 2009.*

إلَّا أنَّ البحث الذي قامت به «نيلِ لافي» (معهد الجامعة اللندنية لعلم الأعصاب الإدراكي) يعطى الكثير من الأدلة أنَّ الفرد المتلقِّي لرسائل اللَّاوعي من الممكن أن يتأثَّر مشاعريّاً من الصور التي تُعرض على الشاشة بسرعة كبيرة، غير أنَّ الرسائل السلبيَّة تُؤثِّر على الفرد أكثر من الإيجابيَّة.

عرض فريق البحث بقيادة دكتورة «لافى» على خمسين فرد مجموعة من الكلمات التي ظهرت لزمن يُقدر بخُمس ثانية على شاشة الكمبيوتر، ممَّا لـم يسمح للفرد أن يرى الصورة أو أن يدركها وعيه.

الكلمات كانت إمَّا ايجابية: (زهور ـ سلام ـ حب. إلخ) ، **وأمَّا سلبيَّة:** (قتل ـ احتقار ـ غل ـ حسد. إلخ) ، **أو محايدة:** (صندوق ـ أذن. . . إلخ)، ثم قام فريق البحث بسؤال الأفراد عن شعورهم تجاه الكلمات ـ التي لـم يُلاحظوها طبعاً ـ هل هي محايدة أم أنه أثرت على مشاعرهم.

وجد الباحثون أنَّ الأفراد كانوا يقومون بإعطاء إجابات أكثر دقة عندما يتعرضون لصور وكلمات سلبيَّة.

بينما قالت بروفيسور «لافي»: لقد كان هناك الكثير من التشكيك حول إذا ما كان الأفراد من الممكن أن يتأثَّر شعورهم من خلال اللَّاوعي إذا تعرَّض إلى صور وكلمات لا يلحظها وعيه، إلَّا أنَّنا قد أثبتنا من خلال الدراسة أن الأفراد بالفعل من الممكن أن يتلقوا مشاعر من رسائل اللَّاوعي وأثبتنا أن تأثير الرسائل السلبيَّة أكبر من الرسائل الايجابيَّة.

ثم تقول: «إنَّه من الواضح أن اللَّاوعي يستجيب أسرع من الوعي في تلقي المعلومات، والتأثر بها والتصرف بناء عليها، وإلَّا كيف نقوم بالتصـرف سريعاً في أقلِّ من ثانية إذا ما رأينا علامات الخطر مثل أن يقوم الجسد بالدفاع عن نفسه دونما تدخل الوعي في عمليَّة كتلك».

وأكدت «لافي» أنَّه من الممكن أن يتمَّ استخدام مثل هذه الرسائل من خلال شركات الدعاية والإعلان، ولكن لابُدَّ أن تتمَّ من خلال حملات آمنة.

وتقول: «إنَّ الرسائل الإيجابيَّة من الممكن أن تأخذ شكلاً سلبيّاً ليكون تأثيرها أكبر، فبدلاً من استخدام كلمة: «ابطئ» تُستخدم كلمة: «اقضِ على السرعة kill your speed».

إنَّ استخدام رسائل اللَّاوعي من الممكن أن يكون أفضل من غيرها.

بعد استعراض هذا التقرير قد لا يكون هناك مجالاً للشكِّ حول استخدام رسائل اللَّاوعي، وإلَّا إن كانت هذه الرسائل ضرباً من الخيال، فلماذا تمَّ منع استخدامها على شاشة التلفزيون البريطاني على حسب Ofcom، وهي سلطة مُستقلَّة لتنظيم ورقابة الإعلام في بريطانية[١].

وقد أشارت أغلب الشكاوى التي قدَّمها المواطنون أنَّ أكثر

(١) Ofcom Independent regulator and competition authority for the UK communications industries. Video On Demand services VOD.

الكلمات المستخدمة والصور هي التي تبعث في النفس الشعور بحب ممارسة الجنس، والكلمات التي تدفع إلى الشعور بالإحباط والاكتئاب وفقدان الأمل.

يبدو أنَّ التقارير التي قام بها مجموعة من الباحثين أو حتى المخابرات المركزيَّة الأمريكيَّة لا تعدو أن تكون مثل تلك الأبحاث التي قامت بها العديد من الجامعات في العالـم وعلى رأسها الولايات المتحدة لإثبات صِدق نظريَّة داروين، أو صحة وقوع الهولوكوست، حتى إنَّ مُنظِّريها **لا يعترفون بمَن يُنكر نظريَّة داروين أو مَن يُؤمن بنظريَّة التصميم الذكي Intelligent Design**.

وبالطبع لا يُجيزون لمن يُنكر الهولوكوست بالوُلوج إلى الجامعات أو أن ينال مكانة ما في مؤسَّسات الدولة.

وأيّاً ما يكن من أمر؛ فمن الممكن مناقشة بعض الأمثلة التي استخدمت فيها رسائل اللَّاوعي، **ولعلَّ أكثر الأمثلة غرابة**: إعلان لشركة السيارات الأمريكيَّة شيفرولية عام (١٩٥٩م)، حيث يقوم أحد أشهر الممثلين والمغنيين في الأربيعنات ديانا شور Diana Shore، وبات بون Pat Boon بغناء هذه الكلمات بعد أن ارتسمت على وجهيهما هذه الابتسامة المصطنعة الدائمة:

ـ هل سمعت بعد عن الطريقة المجنونة الجديدة. .

ـ لتقوم ببعث الرسالة اليوم. .

ـ إنَّها تظهر على الشاشة أسرع ممَّا يمكنك رؤيتها. .

ـ ولكن هل لازلت تلحظها لا واعياً. .

ـ قُم بالجلوس والتركيز؛ لترى هل يُمكنك مشاهدة ما سيظهر على الهواء..

ـ سيداتي سادتي نُقدم لكم سيارة شيفي (٩٥)..

«ثم يقومون بعرضها لأقل من ثانية».

ـ هل رأيتموها؟ هل أعجبكم منظرها؟ هل هي جميلة؟ **«ثم يُغنُّون»**.

ـ في حالة أن فاتتكم: لماذا لا تذهبون لشرائها، وسنعطي لكم فرصة ثانية..

«ثم يعرضونها سريعاً مرة أخرى».

ـ هل رأيتموها؟!

ـ وبعد أن رأيتموها، حتى ولو كنتم غير واعيين، فقوموا بزيارة معرضنا لشرائها (١)!

هل كان هذا الإعلان نوع من المزاح أم لم يكن؟!

فإن المثال الثاني يبدو أنَّه ليس مزاحاً على الإطلاق، وهو فيلم قصير للنشيد الوطني للولايات المتحدة الأمريكيَّة، حيث ظهرت كلمات النشيد بصورة طبيعيَّة تحت الصور المعروضة، إلَّا أنَّه عند اختفاء الكلمات تترك أثاراً ورائها تقوم بتشكيل كلمات أخرى مثل:

---

(١) 1959 Chevrolet Commercial with Dinah Shore and Pat Boone.

ـ ثق بحكومة الولايات المتحدة.

- TRUST THE USA GOVERNMENT.

ـ الله موجود الله يراقب.

- GOD IS REAL GOD IS WATCHING.

ـ آمن بحكومة الإلٰه.

- BELIEVE IN GOVERNMENT GOD.

ـ التمرد لن يتمَّ التساهل معه.

- REBELLION WILL NOT BE TOLERATED.

ـ أطِع استهلك، أطِع استهلك.

- OBEY CONSUME, OBEY CONSUME.

ـ اعبد استهلك، أطع أمن.

- WORSHIP CONSUME OBEY Believe.

ـ لا تقوم بمسائلة الحكومة.

- DO NOT QUESTION GOVERNMENT.

لقد أثار هذا الفيلم جدالات واسعة حول إنكاره أو إثباته، ولكن ممَّا لا شكَّ فيه أنَّ مثل هذه الوسائل لابُدَّ وأن تكون تحت أقصى درجات السِّريَّة الممكنة ممَّا يجعل من الصعب جدّاً تكذيبها أو تصديقها، ولكن مع وجود الأدلة العلميَّة التي تُثبت تأثير رسائل اللَّاوعي؛ فلا مجال لتكذيب إمكانيَّة استخدامها، لاسيما إن كانت الولايات المتحدة هي المُتَّهم في ذلك.

صورة الجسد Body Image

يبدو أنَّنا نعيش في زمان يكون فيه أكثر ما يصيب الرجل بالخجل بضع سنتيمترات زائدة في محيط بطنه، يحاول تغطيتها بقميصه الواسع، ويشعر أغلب البدناء أنَّه لا مكان لهم في المجتمع، ولا يتوقف أصدقاؤهم عن سؤالهم السؤال المقدس: «أنت مش ناوي تخس وتعمل رجيم ولا إيه؟!»، وهذا ما يدفع الغالبيَّة العُظمى من الرجال والشباب للتفكير دوماً بالالتحاق بأحد الصالات الرياضيَّة؛ ليحصلوا على الجسم المثالي، أمَّا أغلب النساء والفتيات؛ فإنَّهن لا يتوقفن عن المحاولة للوصول للوزن المثالي، والشكل الأمثل (الأنحف بالطبع)، فيشبهن بذلك عارضات الأزياء، فيُعرضن أنفسهن لأشد الأنظمة الغذائيَّة ضرراً ولو على حساب صحتهن.

ويبدو أنَّ السبب وراء ذلك هو صورة الجسم النمطيَّة التي تكوَّنت في ذهن المجتمع!

فالرجل = جسم عريض الأكتاف، قوي الصدر، والعضلات

تكسو ظهره وذراعيه، وعضلات بطنه مقسمة، مكتمِلٌ نصابُها: ستُّ عضلات متراصَّة بشكل مُنظَّم.

المرأة = شعر طويل ناعم، أو مجعد، طويلة القامة، مشدودة الجسد، صدر كبير الحجم نسبيّاً، وسط رفيع، أفخاذ عريضة، بالإضافة إلى كلِّ ذلك بالطبع خالية من السيليوليت!

إنَّ الجسد كما يُستخدم في المجال السوسيولوجي ـ لا يُقصد به الجسد في خصائصه البيولوجيَّة أو الفسيولوجيَّة، أي: مجموعة من الأعضاء والمهام المتراصَّة في تركيب طبيعي حسب قانون عِلم التشريح، وإنَّما يُقصد به الجسد كمنتوج اجتماعي، كبناء اجتماعي ـ ثقافي، مجال تمثلات ومخيالات، أي: الجسد في مظاهره وتعبيراته الخارجيَّة الرمزيَّة المُكتسبة، المُعبِّرة عن ثقافة الجماعة التي ينتمي إليها حامله.

إنَّ الجسد الطبيعي يختفي وراء شبكة من الرموز والطقوس والعلامات تبرزه على الواجهة الاجتماعيَّة[1].

لذلك؛ فإنَّ علم الاجتماع يميل إلى التعامل مع الجسد لا من خلال مادته، ولكن باعتبار الصيغ الاجتماعيَّة التي تجعل من الجسد موضوعاً اجتماعيّاً رمزيّاً.

إن صورة الجسد ليست مرادفاً للجسد، ولكنها ـ كما عرفها «بول شيلدر Paul Schilder» في كتابه «مظهر وصورة الجسد»

---

(١) **«الجسد الأنثوي وحلم التنمية»**، الدكتورة زينب المعداوي، ص(١٥).

عام (١٩٣٥م): - «صورة الجسد تعني الصورة التي نقوم بتشكيلها عن جسدنا بداخل عقولنا»[(١)].

إذن: فعلى هذا التعريف - الذي اعتمدته أغلب المعاجم لتعريف صورة الجسم body image - تكون صورة الجسد ليست الجسد فحسب، إنَّما شيء أكبر منه، إنَّه يُصبح مجموعة من التراكيب النفسيَّة التي تُؤثِّر على حياة الإنسان في الحكم على نفسه، وعلى معاملته مع الآخرين، والتفاعل مع المجتمع حوله.

يبدو أنَّ الذي يُحدِّد هذه الصورة للجسد لا يصدر من صاحب الجسد، إنَّما يكون من خلال حُكم الآخرين عليه، بل من الممكن القول: إنَّ صورة الجسد «هي الصورة التي تتكون في العقل الجمعي، وتُؤثِّر على كل فرد في المجتمع».

لعلَّ البعض لا يرى أنَّ هذه هي القاعدة، ولكن إن لم تكن كذلك للبعض؛ فإنَّها للبعض الآخر، وهي تشبه المرض نفسي - إن لم تكن بالفعل كذلك -، مرض يدفع أغلب فتيات الجيل ألَّا تتجاوز إحداهن قطعة اللحم المشوي، وطبق السلطة من غير إضافة زيت، وكوب الشاي المنزوع السكر، ولو تجرأت إحداهن بتناول وجبة ذات سعرات حراريَّة مرتفعة فإنَّها سرعان ما تذهب إلى الحمام لتقوم بإفراغ بطنها من كلِّ ما فيها عبر التقيؤ.

أمَّا الغالبية من الشباب قد أسلموا أنفسهم لمدرب الصالة الرياضيَّة؛ ليتمكَّنوا من نحت عضلات بطنهم الظاهرة.

---

(١) The Image and Appearance of the Human Body, Paul Schilder P.(11).

بل من شدة ما يُعانيه بعضهم يظنُّ أنَّه يعيش في الجسد الخطأ، وذلك ليس إلَّا بسبب نظرته إلى روحه التي تبدو طبيعية، وفي أغلب الأوقات مرحة، في حين أنَّ الناس تقوم بالحكم عليه بناء على جسده.

فما هو السبب وراء مثل هذه الصورة للجسد المحفورة في أذهان الكثير من الشباب والفتيات أنها صورة الجسد المثالي؟

والإجابة على مثل هذا السؤال لن تكون بالصعبة على المتتبع للإعلانات والمسلسلات والأفلام والأغاني منذ زمن بعيد، فجميعها لا تعرف غير صورة واحدة للرجل أو المرأة!

فالرجل:

(وسيم ـ أسنان بيضاء ـ جسم مفتول العضلات ـ شعر رائع ـ شجاع ـ كريم ـ قوي ـ طريف ـ رومانسي).

أما المرأة:

(فاتنة ـ أسنان بيضاء ـ جسم ممشوق ـ صدر مكعب ـ شعر ناعم ـ كريمة ـ رومانسيَّة ـ رَبَّة منزل رائعة ـ تحب الإنجاب).

ـ أودُّ أن أضحك هنا، ولكن لا أعرف كيف!!

ليس من الصعب على أحدنا أن يقول: إنَّ مثل هذه الصفات تكون بالندرة الشديدة في الواقع، ولكن يبدو ـ وللأسف ـ أنَّه لا حيلة للمشاهد الذي يرى هذه الصورة بهذا الكم الهائل من التَّكرار ألَّا يتمنى أن يكون على الصورة التي تبدو وكأنَّها هي الشكل الطبيعي للجسد، وكذلك يتمنَّى أن يكون الطرف الذي

سيرتبط به له نفس هذا الشكل، ومهما حاول الفرد؛ فلن يرضَ عن نفسه إلَّا إذا أصبح على هذه الهيئة الكاملة، ولن يرضَ عن الطرف الآخر في حياته كذلك.

ولعلَّنا نتوقف قليلاً مع بعض صور الجسد التي يمرُّ بها الإنسان في جميع مراحل عمره:

- مرحلة الطفولة:

أفلام ديزني نموذجاً؛ لأنه من السهل أن نقول: إنَّها لم تترك بيتاً إلَّا ودخلته.

أفلام ديزني كلُّها تقوم على أربعة أمور في الأساس (السحر - الثراء الفاحش - الجسد المثالي - الهيمنة الذكوريَّة).

أظنُّ أنَّ أحداً لو تأمَّل أفلام ديزني جيِّداً؛ سيتعجب من الرسوم غير المفهومة لأميرات «ديزني»، فكلهنَّ قد تمَّ رسمهنَّ بأجساد رائعة، وتضاريس أجسادهنَّ بارزة، بل ومكشوفة مثل "Tinker Bell, Ariel, Jasmine"، وناهيك عن الإيماءات الجنسيَّة والأوضاع المثيرة التي تقوم بها بطلات ديزني مستخدمات أجسادهن المنحوتة، على الرغم من أنَّ هذه الأفلام موجهة إلى فئة الأطفال.

ولن يصعب كذلك ملاحظة إظهار أبطال «ديزني» في صورة واحدة لا غيرِ (شديد الوسامة - مفتول العضلات - قوة لا متناهية أشبه بقوة هرقل)، وكأنَّه لا مكان في العالـم إلَّا لمن جمع هذه الصفات.

أمَّا مرحلة المراهقة: حيث الجميع «super man الرجل الخارق».

فأبطاله جميعهم يبدو وأنَّهم وُلدوا جميعاً بهذه الكتلة العضليَّة الجبَّارة، خُذ الأمثلة على ذلك، فقديماً: (النمر المُقنَّع ـ الرجل الوطواط Batman ـ مدرسة الكونغ فو ـ دراجون بول Dragon Ball).

أما حديثاً: (باتيستا ـ جون سينا ـ تريبل إتش ـ سيف النار.. إلخ).

أما الفتيات: من غير ضرب الأمثلة الكثيرة يكفي أن أقول: (Barbie)، واليوم: (Myle Cyrus أو Selena Gomez).

في فترة الشباب:

للرجال: (Prad Bitt براد بيت، كريستيانو رونالدو Cristiano Ronaldo - 50 cent)، وأبطال المصارعة.

أما النساء: (Beyoncé بيونسى، Kim Kardashian كيم كارديشيان، Mariah carie).

وكُلَّما فتحت الفتاة وسيلة إعلاميَّة وجدت الإعلانات تصرخ في وجهها بأن تكون: (أرشق ـ أخف ـ أنعم ـ أصغر ـ أنحف ـ أفضل ـ أفضل ـ أفضل ـ أفضل ـ أفضل).

بالإضافة إلى كل ذلك؛ فلا تجد إعلاناً في أي شارع من الشوارع لأي غرض كان إلَّا والمرأة فيه تبدو كأنَّما أصاب جسدها مرض خطير، فجعلها نحيفة بشكل عجيب، والرجل

مقسمة عضلات بطنه بصورة يكاد من المستحيل أن تُوجد في الحياة العادية.

بل قامت أفلام «هوليود Hollywood» بمحاولة لإضفاء الشرعية على هذا الشكل للجسد، فقاموا بإعداد مجموعة من الأفلام ترجع إلى عهد الرومان والأغريق، الذين اتَّسموا بصفات المقاتلين الأسطوريين، وتمَّ إظهارهم بأجساد منحوتة بشكل رائع مثل: (فيلم ٣٠٠)، وأعتقد أن لا شيء في هذه الأفلام قد يمكن ملاحظته سوى عضلات بطن أبطال الفيلم فقط، كأن الرسالة هي (هكذا كانت أجساد الرجال الطبيعيين) ـ **كأنَّ شيئاً ممَّا يحدث اليوم قد يعد طبيعيّاً !**

وحتى الإعلانات التي تُنشئ حديثاً خاصّاً بينها وبين الفتيات تقوم بإقناعهن بأنَّ هذا الجسد هو الذي يجب أن تكون عليه الفتاة، فمثلاً إعلان (جُهينة) الجديد، وهو عبارة عن لبن جديد ليس فقط خالي الدسم، بل بلا أي جرام زيادة من الدهون zero fat، يدور الإعلان عن مجموعة من الفتيات بالفعل لا توجد بأجسادهن أي زيادة من الممكن أن تلاحظ، ولكن يبدو أن إحداهن إذا ما قامت بالانحناء يتمزق ظهر قميصها، والأخرى تُعاني من محاولة خلع الخاتم من يدها، ثم يقول الإعلان: (عشان كل جرام زيادة بيعمل مشكلة عملنا جهينة zero)!

ـ فهل أخطأت عين الشاعر عندما قال:

غَرّاءُ فَرْعَاءُ مَصْقُولٌ عَوَارِضُهَا   تَمشِي الْهُوَيْنَا كَمَا يَمشِي الْوَجِي الْوَحِلُ

أم هل أخطأت أيدي الرسَّامين الكلاسيكيين «جان أوغست دومينيك آنغر *Jean Auguste Ingres*»[1]، و«روبنس Rubens»[2] عندما قامت برسم النساء ممتلئات الوجه والبطن والأفخاذ؟

يبدو أنَّهم قد أخطأوا جميعاً على حسب رؤية المجتمع الجديد التي تكوَّنت بفعل الإعلام، ففي هذا المجتمع الجديد لا يُوجد مكاناً للبدين الذي تساوي بدانته بضع السنتيمترات الزائدة في بطنه، أو المرأة التي لا تُشبه الدمية البلاستيكية/ مانيكان التي تُعرض عليها الملابس.

وهذا الطرح إن كان لا يُشكِّل أهميَّة عند البعض؛ فإنَّه يُساوي الكثير من المخاطر في وجهة نظر أحد أهم الذين قاموا بدراسة هذه الظاهرة «نعومي وولف Naomi wolf»[3] في كتابها «أسطورة الجمال Beauty Myth».

فهي تقول في إحدى ندواتها[4] التي أقامتها لأجل التوعية

---

(١) **جان أوغست دومينيك (١٧٨٠ ـ ١٨٦٧م)**: آنغر رسَّام. من تلاميذ الرسَّام «جاك لوي دافيد»، تميَّز بصفاء رسوماته وحُسنها، تولَّى بعد دافيد، زعامة المدرسة الكلاسيكيَّة في مُواجهة المدرسة الرومانسيَّة. ابتعد بعدها عن المبادئ التي وضعها أستاذه، وأبدى مُيولاً لتغليب الأحاسيس في لوحاته، كما حاول أن يصل إلى الجمال المثالي في أعماله عن طريق إيجاد توافق بين الخطوط والألوان.

(٢) **بيتروس باولوس روبنس (١٥٧٧ ـ ١٦٤٠م)**: رسَّام فلامنكي، تُعتبر أعماله مثالاً صارخاً على المدرسة الباروكيَّة في فنِّ التصوير، كانت تجمع بين أسلوب المدرسة الإيطاليَّة وواقعيَّة المدرسة الفلامكنيَّة.

(٣) **نعومي ولف**: مستشارة سياسيَّة سابقة، وكاتبة وناشطة سياسيَّة، ونسوية، ويُنسب إليها ما يُعرف باسم: «الموجة النسويَّة الثالثة».

(٤) Class room media “Naomi Wolf”.

من هذه الظاهرة: «هذه النماذج التي تُعرض على أنَّها شكل الجسد الطبيعي هي ليست بالأصل طبيعيَّة، فكم امرأة تمتلك هذا الجسد الذي يكون دائماً لفتاة صغيرة في السنِّ لا توجد في جسدها تجعيدات ولا تُوجد عيوب بوجهها، جسدها نحيل بشكل ملحوظ، ومع ذلك صدرها كبير ومرفوع بشكل يبدو أنَّه لا يمكن أن يكون بدون عمليَّة جراحيَّة ـ وهو كذلك في حقيقة الأمر ـ، تلك المرأة عبارة عن عملِيَّة جراحيَّة كبيرة، أو قد خضعت صورتها لتقنيَّات عِدة لتظهر بالنهاية على هذه الشكل الذي تُروِّج وسائل الإعلام أنَّه الشكل الطبيعى للجسد ـ مع أنَّ نسبة مثل هذه الصورة لا يُمكن أن تتجاوز الواحدة بين كل مائة فتاة وامرأة إن لـم تكن بين ألف».

إنَّ المشكلة في وجهة نظر «نعومي كلاين» ليست في المحافظة على شكل الجسد، بل محاولة الوصول إلى شكل للجسد غير حقيقي وغير مطلوب، فأجساد النساء والرجال التي تظهر في الإعلام ليست كما تبدو، بل إنَّها تمرُّ بمراحل تقنيَّة كثيرة من تغطية لعيوب البشرة عند أغلب النجمات والنجوم، وهذا ما يُفسر تغير أشكالهم عند رؤيتهم على الطبيعة، وكذلك تُستخدم الكثير من البرامج لتحديد تفاصيل الجسم من ثنايا أجساد المرأة التي تبدو كأنها مرسومة، والعضلات التي تغطي أجساد الرجال، والتي مهما حاول أحد فلن يحصل على مثل هذا التناسق الذي يرجوه.

الكارثة تتحقَّق عندما يبدأ الإنسان بفقدان الثقة بنفسه بسبب

شكل جسده الذي لا يتلاءم مع المجتمع من حوله، وهذا ما يدعو الفرد إمَّا أن يُفني وقته في محاولة تحصيل ما يستطيعه من هذه الصفات، ودائماً ما يهتمون بالمظهر الخارجي، بل ويجتهد في ذلك بشكل كبير مُبتعداً عن تحقيق وسائل العلم وغاية المعرفة.

أو أن يعيش الإنسان البدين أو الذي لا يقدر على تغيير مظهره على هامش الحياة منبوذاً من نفسه قبل أن يكون منبوذاً من المجتمع، ويبحث عن سعادته في المجتمع الافتراضي، فتجده هناك الشاب الثائر ـ ثائر الشعر كذلك ـ، أو الشاب المثالي الذي يقوم بإلقاء الأحكام على كل مَن حوله في مجتمعه الخاصِّ الذي يستطيع أن يتحكَّم به كيفما شاء على صفحته على الـ Facebook، أو Twitter.

وما يتبقَّى لشريحة كبيرة في المجتمع هو عدم الشعور بقيمة العقل، ولا الفكر، ولا الثقافة، والمعرفة؛ لأنَّ الإنسان المثالي هو الجسد المثالي.

قام أشتون كوتشر Ashton Kutcher أحد أكثر الممثلين جاذبية في العالم، والذي قام بأداء دور Steve Jobs مُؤسِّس شركة أبل Apple بإلقاء كلمة، بينما كان يتلقَّى جائزة على أحد أعماله[1]، أشار فيها إلى معانٍ غاية في الأهميَّة:

فهو يقول: «أنا اليوم أريد أن أحدثكم عن أن هذه الصناعة ـ صناعة السينما والأفلام ـ لها خفايا، لها شروط سريَّة غير

(١) Ashton Kutcher Speech - Teen Choice Awards.

معلومة لنجاح هذه الشخصيَّة أو تلك، إنها صناعة غير واضحة ولا صريحة، ولذلك فأنا أشعر أنَّني مخادع لجمهوري! ذلك أنَّني بعد أن قُمت بدراسة حياة «جوبز» أستطيع أن أؤكِّد لكم أنَّ الوسامة هي أن تكون ذكيّاً، وأن تكون على قدر كبير من المعرفة، فلا تُحاول أن تكون صورة أنت لا تريدها لأن أحداً غيرك قال لك إنَّك يجب أن تكون على هذا الشكل أو ذاك، هذه الأشكال في الحقيقة مجرد هراء، ببساطة كُن أنت كما تريد أن تكون، وكُن ذكيّاً».

ويبدو أنَّ هذا ما لا تريده **المنظومة**، لذلك فهي تقوم بوضع المجتمع في تناقض غير طبيعي، فتقوم الإعلانات بعرض المنتجات الأخطر والأكثر ضرراً على صحة الإنسان، والتي تصيب بالسمنة المفرطة، بينما يقوم بعرض هذه المنتجات نجوم (كرة القدم ـ التمثيل ـ الغناء) الأكثر وسامة، وأصحاب الأجساد الرائعة، الذين لا يُمكن بحال أن يكونوا من محبي هذه المنتجات إلَّا النذر اليسير، بل وأكثرهم ممنوع من تناول هذه المنتجات، كإعلان نجم الكرة (ليونل ميسي Messi)، أو (كريستيانو رونالدو Ronaldo)، وهو يتناول كنتاكي KFC.

فلا يكون أمام المشاهد لمثل هذه الإعلانات إلَّا طريق من الاثنين بينهما تناقض شديد:

الأول: إمَّا أن يكون له جسد مثل نجم الإعلان، فبالتالي سيتخلى عن المنتج الذي يعرضه هذا النجم.

الثاني: أن يتناول هذا المنتج، ويضحي بجسد النجم؛ لأن هذا النجم هو الذي دعاه لتناول هذا المنتج.

قد تكون هذه القضية لا تُعد ظاهرة للبعض، إلَّا أنَّها أصبحت القضية الأكثر خطورة في الولايات المتحدة وأوروبا فيما يخصُّ الفتيات على وجه الخصوص، والشباب على وجه العموم، وإن كانت قد ظهرت القليل من آثارها الآن لاسيما بالجامعات، فهذا لا يعني أنَّها لا تتوسع لتشمل الكل.

إنَّ المنظومة تُريد أن تحصر مشاكل المجتمع في مظهره الخارجي، **تقول «اليس والكر»**[١]:

«الطريقة الأكثر شُيوعاً لجعل الناس ييأسون من إمكانيَّاتهم هي جعلهم يظنُّون بأنَّهم ليس لديهم إمكانيات»[٢]؛ لذلك يخرج أخصائيو التغذية ليتحدثوا عن خطورة السمنة «مرض العصر»، وعن عملية الأيض Metabolism، وكيف أنَّه يتمُّ إبطاؤها إذا ما لم يتناول المرء فُطوره سريعاً، ولكن يجب أن يتكون الفطور من (بيضة واحدة، وشريحة توست، وكوب لبن خالي الدسم)، والكثير من الإرشادات التي تبدو ولو أنَّها مستحيلة التحقق، ويبدو أنَّ كلَّ ما حول الإنسان يدعوه لأن يتوقف عن الأكل؛ لأن هذا أخطر ما يُهدد الإنسان، في الوقت نفسه الذي لا تتوقف فيه الإعلانات عن عرض المأكولات المشبعة بالدهون من خلال

---

(١) **أليس والكر**: مُؤلِّفة أمريكيَّة، وشاعرة، وناشطة، وقد كتبت على حدٍّ سواء الخيال والمقالات حول العرق والجنس.

(٢) MISS REPRESENTATION a film by Jennifer Siebel Newsom.

نجوم الشاشة بدلاً من دفع المجتمع للتحرك والتخلي عن كرسيه الدائم في (غرفة جلوسه ـ سيارته ـ عمله. . . إلخ).

فلا يُمكن أن تكون العضلات التي تمَّ إمداد الكائن البشري بها لا تصلح فقط سوى لفتح باب الثلاجة والضغط على زر التحكم في جهاز التلفزيون، فالسبب فيما يبدو للسِّمنة ليس كثرة الأكل أو قلته إنَّما في انعدام الحركة، فالأجيال السابقة لنا لم تواجه هذه المشكلة؛ لأنَّها كانت دائمة الحركة.

إنَّنا إذا تركنا مثل هذه الصناعة من دون رقابة أو وعي؛ فربما تُسيطر على حياتنا وتأسرها، وتتحوَّل إلى قضية تمثِّل مأساة جديدة تواجه جيلاً بأسره.

ازدراء المرأة، والهيمنة الذكوريَّة

رُبَّما يظنُّ البعض ـ أو حتى الكثير ـ من أبناء العالـم العربي أنَّ الولايات المتحدة تُعَدُّ نموذجاً يُحتذى به في تقدير المرأة، أو إعطائها المكانة التي تنبغي أن تكون عليها، وأنَّها تتمتع بقدر كبير من الحُرِّيَّة؛ بينما الأمر ليس على هذا النحو إطلاقاً في الولايات المتحدة أو في أوروبا!

ولعلَّنا من خلال ترجمة أحد أهم الأفلام القصيرة التي تناولت شكل المرأة بالولايات المتحدة[١] نستطيع أن نحيط بأهم جوانب هذا الموضوع.

تقول أحد الطالبات بالتعليم الثانوي في الولايات المتحدة: إنَّه «لا يُوجد تقدير لتفكير المرأة، فكلُّ شيء متعلِّق بجسمها لا بعقلها!». آريلا طالبة بالثانوية.

تقول جين فوندا «ممثلة وناشطة»: «إنَّ الإعلام يُشَكِّل

(١) MISS REPRESENTATION a film by Jennifer Siebel Newsom.

اللّاوعي لدى الناس، ويجب على صانعه أن يعرض ما يهم الرجال، وإلّا لن يحصل على عائد منه» (إشارة إلى الإيحاءات الجنسيَّة النسائيَّة في الإعلام).

والحقيقة: إنَّ الجنس كان أهمَّ ما تمَّ تسويقه للرجال فيما يتعلَّق بعَلاقة الرجل بالمرأة، ولذلك؛ فإنَّ الرجال لا يُمكن أن يقوموا بتقدير فكر المرأة؛ فإنَّها لا تُشكل لهم سوى جسدٍ يتمُّ الاستمتاع به على الدوام، فهو لا يعرف سوى هذا؛ لأنَّ ذلك فقط الذي يراه في الإعلام على الدوام، وهذا التجنيس الذي قام به الإعلام كان مرتبطاً بالأساس بغرض ترغيب الرجال في شراء المنتجات المجنسة، فكُلَّما رأى الرجل المنتج يشعر بنوع من الإثارة التي تجعله يرغب أكثر في امتلاك هذا المنتج.

وهذا ما قالته «ليندي ديكوفين» مديرة تنفيذية سابقة بقنوات VP & NBC: «إنَّ الأمر كلَّه يتعلَّق بالرأسماليَّة، فاستخدام جسد المرأة، يجعلهم يبيعون المنتجات والمجلات... إلخ».

بينما تقول «مارجريت شأو» ممثلة وناشطة: «إنَّ الإعلام يُعاملنا كعاهرات، وهذا أمر فظيع، ولا أدري كيف يُمكننا أن نتعامل معه».

والأمر لا يقتصر في الإعلانات على مُعاملة النساء كعاهرات فقط، بل يشمل عرض النساء كعاهرات أيضاً للرجال، فإنَّ هذا الملف شائك جدّاً في الولايات المتحدة، فكثير من الناشطات تتهم بعض الإعلانات التي تظهر المرأة كخادمة جنسيَّة للرجل

بالمعنى الحرفي، أو أن الرجل يقف ويضع قدمه على وجه امرأة شبه عارية، بينما هي مبتسمة وفرحة بهذه الوضعيَّة التي يعلو فيها الرجل بكل ذكوريَّة عليها، وتبدو على ملامحه اللَّامبالاة.

هذا الوضع الذي يجعل الفتيات والنساء لا ينصبُّ اهتمامهنَّ على شيء سوى أن يحققوا الصورة التي يرغبها السيد ذكر، **فتقول «أليكسيس» طالبة بالثانوية**: «وأنا في المدرسة، تذهب صاحباتي لوضع كيلوات من الماكياج بين الحصص مع أنَّنا نأتي المدرسة لنتعلم!» (إشارة إلى التأثير السلبي الجنسي للإعلام على البنات الصغيرة).

تقول «جين كيلبورن» صانعة أفلام ومُدرِّسة ومُؤلِّفة: «الإعلام ينشر شيئاً يُمثل خطراً كبيراً على المجتمع، وهو العنف ضد المرأة».

هذا العنف يتمُّ من خلال ما قاله «جاكسون كاتز» مُدرِّس ومُؤلِّف: «إنَّ الإعلام يُشكِّل وعي الناس، ويُفْهِمهُم بأنَّ كونهم رجالاً، فذلك يعني كونهم يمتلكون القوة، ويسيطرون على كلِّ شيء، فيُصبح الرجال أقوى وأذكى من النساء، وهذا ليس بالأمر الهيِّن، فذلك يُشَكِّل سلوكَ المجتمع» (عن طريق عرض الرجال الأقوياء مفتولي العضلات الذين يسيطرون على النساء).

ولهذا نتجت هذه النتيجة المأساويَّة في المجتمع الأمريكي، والتي تؤكدها «د. كارولين هيلدمان» مُدرِّس مساعد للعلوم السياسيَّة: «عندما يكون الأولاد والبنات في سنتهم السابعة من

العمر يظنُّون بأنَّهم متساوون، بينما عندما يُصبح عمرهم خمسة عشرة سنة، سيجدون أنَّ النساء يُشكِّلن (٥١٪) من تعداد الشعب الأمريكي، بينما يشكلن فقط (١٧٪) من نسبة أعضاء البرلمان، ولم تحصل النساء على مقاعد في البرلمان إلَّا عام (١٩٧٩م)، وبمعدلِّ الزيادة الحالي للنساء في البرلمان، فلن يتساوَى عددهم مع الرجال إلَّا بعد خمسمائة عام».

بل وتذهب «جيفن نيوزم» رئيس بلدية سان فرانسيسكو السابق إلى أبعد من هذا، فتقول:

«ماذا سيحدث إذا أدرك الشعب الأمريكي أنَّ كوبا، والصين، والعراق، وأفغانستان لديهم تمثيل نسائي في حكوماتهم أكثر من الولايات المتحدة؟!».

وتقول «جلوريا ستينم» كاتبة نسوية: «تُوجد كارثة في بلدنا تتشكَّل قيادتنا من (٦٪) فقط من أفراد هذا الشعب، أمَّا عن الإحصائيات؛ فإنَّ النساء يمثلن (٣٪) من المناصب في وسائل الاتصالات والترفيه والنشر والإعلان.. ويشكلن (١٦٪) فقط من كلِّ الكُتَّاب والمخرجين والمنتجين والمصورين السينمائيين والمحررين.. إنَّ الولايات المتحدة رقمها الـ (٩٠) على دول العالم في نسبة وجود نساء ضمن المُشرِّعين القانونيين».

وبعد عرض مادة فيلم Miss Represntation من الممكن وصف ما جاء فيه بالعنف الرمزي المُوجَّه ضد المرأة الذي أشار إليه بيير بورديو في كتابه: «الهيمنة الذكوريَّة».

وبالطبع أنا لا أقوم بتبرئة المجتمعات العربيَّة، فالصورة فيها أشدُّ خجلاً؛ لأنَّه إذا ما دُعي بعض النساء من النخبة لأن يمثِّلن المرأة، فيقع الاختيار غالباً على من يكن طرحهن أشبه بالدعوة إلى العُهر منها إلى الفضيلة، فمن تلك التي تحدثت في بلدنا مصر عن مساواة المرأة أكثر من تلك التي ارتبطت جلُّ كتاباتها بالهوس الجنسي عند الرجال عموماً والمسلمين خصوصاً.

لذلك بالفعل يبدو الأمر كأنَّه ضرب من الجنون إن لم يكن بالفعل كذلك في مجتمعاتنا العربيَّة أن تقوم مجموعة من النساء نصفهن قد أصابهن اليأس بسبب أشكالهن المنفرة، ونصفهن الآخر قد عرضن أجسادهن عارية بكل وسيلة ممكنة، أن يقمن بوعظ المجتمع عن أهمية دور المرأة في المجتمع والمساواة بين الرجل والمرأة، بينما المنظومة ليل نهار تظهر المرأة على أنَّها سلعة جنسيَّة ما بين راقصة في غرفة النوم أو عاهرة تمَّت تسميتها زوراً باسم (زوجة).

يتحدَّثون عن قيمة المرأة بينما يقومون بعرضها في أكثر الصور امتهاناً للكرامة الإنسانيَّة، ما زلت أذكر هذا الإعلان الذي رأيته على طريق المحور، لافتة ضخمة عليها مجموعة من النساء في وضعيَّة تشبه وضعيَّة الدواب، تمَّ ربطهن بحبل ممسك به رجل، لا يُوجد دليل على فرض سيطرة الرجل على المرأة مع ازدرائها أوقح من هذه الصورة، بينما لن تتوقف المنظومة دعوة الناس لاحترام المرأة!

أحد أهم الأبحاث التي ألقت الضوء على هذه القضية للدكتور هنري ماكآو[1].

يقوم هذا البحث على مقارنة بين النقاب والبكيني تحمل عنوان Burka Vs. Bikini النقاب في مواجهة البكيني، أنا بالطبع لا أتحدث عن فرض النقاب من عدمه، بل أنا أنقل البحث مع القليل من التصرف.

قام الباحث بمُقدِّمة يوضِّح فيها عن تقديره لجسد المرأة وأنوثتها، وعدم وعيه بنفسيَّة المرأة المسلمة، ثم بدأ يُقارن بين نموذج المرأة التي ترتدي النقاب، ونموذج المرأة التي تعرَّت تماماً، الذي يجد أنَّ الخلاف بينهما شديد التطرف.

فيقول:

«إنَّ المرأة التي تلبس النقاب قد اتصفت بمجموعة من الصفات النفسيَّة والتي تبدو رائعة، إنَّها لا تهتم بالشكل الخارجي لمظهرها ـ يقصد ملبسها ـ ممَّا يُعطيها فرصة أكبر لتهتم بجسدها وشكلها بداخل بيتها أكثر من خارجه؛ لأنَّ الضغوط النفسيَّة التي تتعرض لها تكون أقلَّ، ممَّا يُعطيها مساحة للتأنُّق داخل البيت براحة كبيرة.

هي كذلك تستمع بنظرة زوجها لها التي يبدو أنَّها لم تختبرها من قبل، فإنَّها لم ترَ في عين أحد من البشر نظرة

(١) Bikini vs. Burka: The Debauchery of Women September 24, 2009 By Henry Makow PhD. (بتصرف يسير).

الإعجاب بتفاصيل جسدها إلَّا عندما دخلت بيت زوجها، فإنَّها لـم يطلع على جسدها أحد من الغرباء، ولـم يكن في وُسع أبيها أو أخيها أن ينظرا إليها مثل هذه النظرة، فعندما تأتي اللحظة التي ينظر إليها زوجها هذه النظرة؛ فإنَّها تشعر أنَّها أهم وأجمل امرأة تعيش على الأرض وربما خارجها إن وجد.

بينما هذه المرأة المغطاة ليس عندها وسيلة لإثبات وجودها سوى الصوت، فهذا الصوت يجب أن يكون ذا أهميَّة، وليكتسب هذه الأهمية لابُدَّ أن يكون عندها حصيلة ثقافية تُمكِّنها من ذلك، إذن فهي تهتم بالجانب العقلي أكثر من أي شيء.

وهكذا فقط ينبغي أن يكون احترام المرأة، لا أقصد النقاب، وإن كان فيه خير ومنافع كثيرة، ولكن أقصد القضايا الفكريَّة.

أما المرأة السِّلعة نموذج البكيني:

بينما يطلب منها وبشدة أن تتبع صيحة الشعر هذه، وموضة اللباس هذا، ووضعية حقيبة اليد هكذا، إلى آخر هذه الأشياء؛ فإنَّه لا يسعها أن تهتمَّ بنفسها داخل بيتها، فتجدها غير مهندمة الملبس، شعرها في وضعية الاستعداد لمجفف الشعر فقط، لا تهتم بمظهرها الداخلي كما تهتم بالخارجي، فلا يشكل لها فارقاً إذا لبست حزاماً للتنحيف وهي بالخارج، فلا أحد بالداخل ذو أهمية، ولو كان الزوج.

تلك المرأة قد أصابها الملل من نظرة الإعجاب بصدرها

البارز، وتفاصيل جسدها في الملابس الضيقة، أو حتى المكشوفة، فما الفارق الذي ستشكله هذه النظرة من زوجها سوى نظرة أخرى تُضاف إلى باقي الناظرين؟

يضطرُّها الحفاظ على جسدها أن تكون على اهتمام دائم به، فالوقت دائماً متاح لجلسات التنحيف، وشد البشرة، والاعتناء بالأظفار، وتسريحة الشعر، وخطة انتقاء الملابس، فبالطبع لا وقت حينئذٍ للتفكير في القراءة أو زيادة المعرفة؛ فإنَّها لا تجيد إلَّا لغة واحدة، وهي لغة الجسد Body Language، وبالطبع ليس بالمعنى العلمي للكلمة، بل بالمعنى الجنسي.

ولا يحضرني عندما أفكِّر في هذا الموضوع سوى تلك الفتاة الجامعيَّة التي بدت عليها العصريَّة بشدَّة في ملبسها واهتمامها بشعرها والمكياج عندما سألتها مذيعة التلفزيون المصري في برنامج للأسئلة الثقافية عن (باريس) عاصمة أي دولة؟ فضحكت الفتاة مستغربة، ثم قالت طب ممكن سؤال أسهل من كدة شوية!

هذه هي النتيجة الطبيعيَّة لمجتمع الذكور الذي ينظر للمرأة على أنَّها جسد فقط ولا شيء سوى جسد، يقوم بتلبية رغباته الجنسيَّة باستمرار كأنَّها نجمة أفلام بورنو، جسد بلا فكر ولا مشاعر ولا احتياجات نفسيَّة، وإن فسد ذلك الجسد ـ في نظر الرجل ـ؛ فإنَّه يسعى إلى استبداله بجسد جديد أو أن تضطر المرأة إلى الخضوع العمليات المكلفة نفسيّاً لتتناسب مع طلبات الرجل.

وهذه النظرة تُعتبر منطقيَّة جدّاً إذا ما قمت برؤيتها هكذا، بينما تنظر المرأة التي قامت بتعرية جسدها تماماً إلى التي قامت بتغطيته، وتقول: «يا للبؤس الذي تعيشه هذه المرأة، فقد غطت جميع جسدها بسبب الرجل»، فالأخرى التي غطت جسدها تنظر بدورها إلى التي تعرَّت، وتقول: «يا للبؤس الذي تعيشه هذه المرأة، فقد كشفت كلَّ جسدها بسبب الرجل».

تبدو عَلاقة المنظومة بمثل هذا الطرح، هو القضاء على دور المرأة بداخل المجتمع تماماً، فتكون بالنسبة لنفسها سلعة يجب أن يتم تزيينها على الدوام، وإلَّا فقدت بذلك قيمتها التي ينتظرها مجتمع الرجال.

وأيضاً القضاء على الفكر والعقل تماماً بالنسبة للمرأة، فالمرأة من خلال هذه الرؤية هي عبارة عمَّا تمتلكه من منتجات تجميل.

وتتحوَّل نظرة الرجل إلى المرأة على أنَّها فريسة يُنتظر أن تقع في أي لحظة؛ ليقوم هو بدوره الذي يبدو أنَّه لا يعرف غيره فيما يتعلَّق بمعاملة المرأة.

أدوات الضبط والعنف الرمزي

العنف الرمزي

كيف تستطيع الآلة الإعلاميَّة أن تواجه المعارضة، وأن تقوم بتشويه أيِّ حركة إصلاحيَّة تصبو إلى نشر الوعي لمواجهة هذا النظام الشمولي؟

كيف تستطيع المنظومة أن تُبقي المجتمع في حالة رفض لأيِّ محاولة للإصلاح، كيف تجعل المجتمع يقوم بمعاداة مَن يريدون تصحيح الأوضاع وإظهار الواقع على صورته؟ وكيف تستطيع جعل المجتمع يقوم بوصف المُصلح بالمُجرم، والمُجرم بالمُصلح، والوطني بالخائن، والخائن بالوطني... إلخ.

وهنا لا نجد لنا بدّاً أمام مناقشة أحد أهمِّ المصطلحات التي تخص «بيير بورديو» في حُكمه على وسائل الإعلام، وارتباطها بالعنف والسُّلطة، مصطلح «العنف الرمزي».

«العنف الرمزي» مُصطلح يُستخدم مقابل لـ «العنف

الجسدي»، الذي تستخدمه القوات البوليسية كقمع مجموعة من المتظاهرين مثلاً، ولكن يبدو أنَّ السُّلطة كانت مضطرة لتطوير هذا النوع من العنف؛ لتستطيع السيطرة على الشريحة الأكبر من المجتمع التي من الممكن أن تنساق وراء الدعوات للتظاهر أو معارضة النظام؛ فكان العنف الرمزي، هو أرقى ما يُمكن التوصُّل إليه في هذا المجال، والسبب يتَّضح من تعريف العنف الرمزي: «وهو الإكراه الذي بواسطته يتأزَّر المُسيطَر عليهم مع السَّيطرة التي تمارس عليهم، وذلك لأنَّهم ضحايا أنظمة إدراك وتقدير اندمجوا فيها»[(١)].

إنَّ هذه القوة في السيطرة للعنف الرمزي تكمن في إنكار العنف الذي يُمارَس من خلاله وإنكار حقيقته السلطويَّة، ومن الإنصاف القول بأنَّ العنف الرمزي يحصل على أصناف من الخضوع لا تُدرك كما هي عليه، ولكنَّها تبدو ولو كانت شرعيَّة وأنَّها من المُسلَّمات.

ومن ممارسات العنف الرمزي التي تُمارس على شريحة المعارضين للنظام: أن يتمَّ خلق شرعيَّة لاستخدام العنف الجسدي تجاه هذه المعارضة من خلال توجيه كمٍّ هائل من الكلمات التي تحمل دَلالات رمزيَّة عنيفة جدّاً من قِبل الخبراء والمثقفين تجاه الفئة المراد إقصائها، ولذلك يُعَدُّ العنف الرمزي عبارة من

(١) «معجم بورديو»، ص(٢١٩).

التصرفات والأقوال والأفعال والحركات والكتابات، التي من شأنها أن تُلحِق الأذى بالاتزان النفسي أو الجسدي لشخص أو جماعة ما، وأن تُعرِّض عمله وحياته للخطر.

وفي ذلك يقول المفكر الفرنسي «بول ريكو» "Paul Ricœur": «إنَّ العنف الرمزي يتجه في مساره، بوضوح أو بغموض، بصورة مباشرة أو غير مباشرة، إلى السيطرة على الآخر والهيمنة على مقدرات وجوده.

فالرغبة في إقصاء الخصم وإبعاده إلى دائرة الصمت ـ ومن ثَمَّ العمل على إلغائه ـ تتحوَّل إلى إرادة طاغية تتجاوز حدود الرغبة في المصالحة معه وبناء التوازن، وهنا تتعدَّد أشكال العنف وصيغه، التي تبدأ بالإهانة والاحتقار والإذلال، لتصل عبر التعذيب إلى الموت والإفناء، ووَفقا لهذه الوضعيَّة يُمكن القول: إنَّ النَّيْلَ من كرامة الإنسان، والطعنَ في أهليَّته الإنسانيَّة يُشَكِّلُ طعناً في وجوده وكينونته، ونيلاً من حريَّته وكرامته، ولذا؛ فإنَّ فرضَ الصمت على الآخر هو صيغة من صيغ العنف، كما أنَّ حرمان الإنسان من حريَّة الكلام يعني: حرمانه من حق الحياة نفسها، فالظُّلم الذي يحيق بالإنسان ضمن شروط اغترابه، تتمثَّل في الإقصاء والقهر، يشكل وضعية عنف مجسد ومجسم، فالعنف هنا لا يُمثِّل كياناً ذاتياً قائماً بذاته، بل يوجد في وسطٍ اجتماعيٍّ مُحدَّدٍ، حيث يتخذ هيئته وصورته بين الناس والبشر وخارجهم

أيضاً، ومع ذلك؛ فإنَّ الإنسان يبقى في النهاية المسؤول عن حضور العنف وممارساته المختلفة»[(١)].

ومن هنا نستطيع أن نتفهَّم كيف يُسمح للمنتسبين إلى النظام بوصف المعارض بأبشع الصفات، والتي في الحقيقة تكون بعيدة كل البعد عن الواقع، فيُوقعون على المعارض نوعاً خفيّاً من العنف الذي قد يكون ضرره أشدُّ وأنكى من العنف الجسدي؛ لأنَّه غالباً ما يتبعه من تصرفات للنظام يكتسب شرعيَّة من المجتمع تكون مبنيَّة على ما سبقها من كلمات وعبارات تجاه المعارض؛ لأنَّ مَن يستحق أن يُوصف بمثل هذه الكلمات لابُدَّ وأن يستحق مثل هذا القمع.

وإذا كُنَّا جميعاً نعلم أنَّ ميدان (العنف الجسدي/ المادي) هو السجون والمعتقلات والميادين الثوريَّة، وأنَّ جنود (العنف الجسدي/ المادي) هم العسكر ودواب الأمن المركزي، وأنَّ أسلحة هذا العنف هي الرصاص وقنابل الغاز، فما هو ميدان (العنف الرمزي)، ومن هم جنوده، وما هي أسلحته؟

إنَّ ميدان (العنف الرمزي) هو «الشاشة» وجنوده هم المرتزقة من الإعلاميين والصحافيين وكلاب النظام الذين اتخذوا اسم المثقفين زُوراً وبهتاناً، والذين أطلق عليهم «بورديو»: «كلاب الحراسة الجُدد»، وأمَّا الأسلحة التي يستخدمونها: فهي سلاح التلاعب بالكلمة والصورة الذهنيَّة، وتفريغ الواقع من واقعيته.

---

(١) د. علي أسعد وطفة مقال الطاقة الاستلابيَّة للعنف الرمزي شبكة النبأ المعلوماتيَّة.

ومن هنا تأتي خطورة «الشاشة» إذا ما تمَّ تركها بلا رقيب هكذا، فإنَّ «بيير بورديو» يُؤكِّد أنَّ الشاشة أصبحت إحدى أدوات الضبط والتحكم السياسي والاجتماعي في المجتمعات الراهنة، وهذا هو التطبيق العملي لأدوات العنف الرمزي الذي تمارسه الطبقات الاجتماعيَّة التي تُهيمن على أدوات العنف الرمزي، والتي تُسيطر على وسائل ضبط المجتمعات.

ولذلك ناقش «بيير بورديو» في كتابه «التلفزيون وآليات التلاعب بالعقول»: أنَّ المنظومة تمتلك أدوات للضبط والرقابة على كل ما يُعرض في وسائل الإعلام من معلومات متعلِّقة بالنظام من خلال سيطرة النظام الكاملة على كلِّ وسائل الاتصال الإعلاميَّة، وأنَّه لا يسمح أن يخرج منها من معلومات سوى ما يحافظ على تماسك النظام، وحتى إن من يتمُّ استضافته يقع في هذا النوع من الرقابة.

يقول «بورديو»: «إنَّ الاشتراك في البرامج التلفزيونيَّة تُوجد في مقابله رقابة هائلة، وفقدان للاستقلاليَّة يرتبط مع أشياء أخرى بحقيقة أن الموضوع المعروض قد تمَّ فرضُه، إنَّ شروط الاتصال والحوار قد تمَّ فرضها بحيث يصبح من غير المحتمل وجود إمكانيَّة لكي يُقال شيء ما»(١).

(١) **«التلفزيون وآليات التلاعب بالعقول»**، بيير بورديو، ص(٤٣).

مَن يمتلك المعلومات والمعرفة

وهنا تطرق «بورديو» إلى ما لـم يتعرَّض له «بودريار»، وهو: مَن الذي يتحكَّم في الآلة الإعلاميَّة، ويربطها مباشرة بالشركات الإنتاجيَّة المرتبطة بالنظام.

فيقول: «من الحقيقي كذلك القول بأنَّ الذي يُمارس الضغط على التلفزيون هو المحدد الاقتصادي، هذا يعني أنَّه لا يُمكن السعي لقول شيء عبر التلفزيون غير ذلك الذي تحدَّد مُقدَّماً من قِبل أولئك الذين يمتلكون هذه المُحدِّدات، أي: من قِبل المُعلنين الذين يدفعون إعلاناتهم»[1].

وفي حقيقة الأمر: فإنَّ القنوات الإعلاميَّة غالباً ما تكون مملوكة لشـركة واحدة، أو مجموعة من الشركات التجاريَّة التي ترتبط مصالحها بالنظام بشكل أو بآخر فمثلاً:

---

(١) المصدر السابق، ص(٤٤).

في الولايات المتحدة:

الذي يمتلك كلَّ الوسائل الإعلاميَّة الآن في الولايات المتحدة الامريكيَّة ست شركات فقط، بينما كان عدد الشركات التي تملك الإعلام في عام (١٩٨٣م) خمسين شركة[١].

وهذه الشركات[٢]:

Time Warner

Home Box Office (HBO).

Time Inc

Turner Broadcasting System, Inc.

Warner Bros. Entertainment IncÛ

CW Network (partial ownership)

TMZ

New Line Cinema

Time Warner Cable

Cinemax

Cartoon Network

TBS

TNT

America Online

MapQuest

Moviefone

---

(١) These 6 Corporations Control 90% Of The Media In America by Ashley Lutz 2012 on Business Insider website.

(٢) راجعة المواقع الرسميَّة لهذه الشركات؛ لأنَّه تحدث تغييرات دائمة بسبب بيع وشراء المزيد، أو التخلي عن بعض القنوات.

Castle Rock

Sports Illustrated

Fortune

Marie Claire

People Magazine

Walt Disney

ABC Television Network

Disney Publishing

ESPN Inc.

Disney Channel

SOAPnet

A&E

Lifetime

Buena Vista Home Entertainment

Buena Vista Theatrical Productions

Buena Vista Records

Disney Records

Hollywood Records

Miramax Films

Touchstone Pictures

Walt Disney Pictures

Pixar Animation Studios

Buena Vista Games

Hyperion Books

Viacom

Paramount Pictures

Paramount Home Entertainment

Black Entertainment Television (BET)

Comedy Central

Country Music Television (CMT)

Logo

MTV

MTV Canada

MTV2

Nick Magazine

Nick at Nite

Nick Jr.

Nickelodeon

Noggin

Spike TV

The Movie Channel

TV Land

VH1

News Corporation

Dow Jones & Company, Inc.

Fox Television Stations

The New York Post

Fox Searchlight Pictures

Beliefnet

Fox Business Network

Fox Kids Europe

Fox News Channel

Fox Sports Net

Fox Television Network

FX

My Network TV

Myspace

News Limited News

Phoenix Info News Channel

Phoenix Movies Channel

Sky Perfect TV

Speed Channel

STAR TV India

STAR TV Taiwan

STAR World

Times Higher Education Supplement Magazine

Times Literary Supplement Magazine

Times of London

th Century Fox Home Entertainment

th Century Fox International

th Century Fox Studios

th Century Fox Television

BSkyB

DIRECTV

The Wall Street Journal

Fox Broadcasting Company

Fox Interactive Media
FOXTEL
HarperCollins Publishers
The National Geographic Channel
National Rugby League
News Interactive
News Outdoor
Radio Veronica
Regan Books
Sky Italia
Sky Radio Denmark
Sky Radio Germany
Sky Radio Netherlands
STAR
Zondervan

CBS Corporation
CBS News
CBS Sports
CBS Television Network
CNET
Showtime
TVÛcom
CBS Radio Inc. (130 stations)
CBS Consumer Products
CBS Outdoor
CW Network (50% ownership)

Infinity Broadcasting

Simon & Schuster (Pocket Books, Scribner)

Westwood One Radio Network

NBC Universal

Bravo

CNBC

NBC News

MSNBC

NBC Sports

NBC Television Network

Oxygen

SciFi Magazine

Syfy (Sci Fi Channel

Telemundo

USA Network

Weather Channel

Focus Features

NBC Universal Television Distribution

NBC Universal Television Studio

Paxson Communications (partial ownership

Trio

Universal Parks & Resorts

Universal Pictures

Universal Studio Home Video

وفي جمهورية مصر العربيَّة:

يمتلك القنوات الفضائيَّة مجموعة من رجال الأعمال، لا عَلاقة لهم بالمجال الإعلامي، ولهم ارتباط قوي وإن كان غير ظاهر في بعض الأوقات للجميع بالنظام الحاكم.

فنجيب ساويرس يمتلك: Ontv.

ومحمد الأمين يمتلك:

(١) CBC.

(٢) مجموعة Modern.

(٣) صحيفة اليوم السابع.

(٤) صحيفة الوطن.

(٥) صحيفة الفجر.

(٦) شريك في شبكة النهار.

أما أحمد بهجت، صاحب مدينة دريم فيمتلك:

قناة دريم.

وهكذا في كل العالم، تجد تزاوجاً بين الآلة الاقتصاديَّة والإعلاميَّة لخدمة النظام، وإبقائه مُتماسكاً.

وفي نظر «بورديو»: إنَّ هذه هي (الآليات الخفيَّة التي من خلالها تُمارَس الرقابة على كلِّ المستويات، والتي تجعل من التلفزيون أداةً هائلة للحفاظ على النظام الرمزي»[١].

---

(١) IDEOLOGICAL AND OWNERSHIP TRENDS IN THE SAUDI MEDIA from wikileaks S E C R E T SECTION 01 OF 04 RIYADH 000651.

ولابُدَّ للشاشة من أجل الحفاظ على النظام الرمزي: أن تقضي على الفكر تماماً، وأن تمحي أيَّ قدرة على النقد في عقل المجتمع.

ولهذا؛ فإنَّ (التلفاز) لا يقبل التعبير عن الفكر، إذ هناك عَلاقة سلبيَّة بين العجالة الطارئة التي تفرضها الشاشة على المشاهد والفكر، وهذا ما «مثَّل له أفلاطون بين الفيلسوف الذي يمتلك وقته ويتحكَّم به، والأفراد الذين يُوجدون في الساحات العامة أولئك الذين يخضعون لضغط الضرورات العاجلة»، حيث لا يمكن التفكير تحت ضغط الطوارئ وضيق الوقت البرامجي، فأكبر المشكلات التي تُعد عقبة بالنسبة لمناقشة الأفكار في الندوات التلفزيونيَّة هي مشكلة العَلاقة بين التفكير والسرعة، فهل يُمكن التفكير تحت ضغط مقدمي البرامج وإلحاحهم على الإجابات السريعة؟ التي تفرضها عليهم جداول (الشاشة) المزدحمة المليئة بـ(المثير ـ الجريمة ـ الجنس»)[١].

لقد قام المُتحكِّمون بالشاشة بخلق هذه البيئة (الضرورية/ التافهة) التي تتسارع وتيرتها يوميّاً من مجموعة رموز هائلة لا يُمكن استيعابها من قِبل العقل:

(١) أحداث سياسيَّة زائفة (مفاوضات السلام ـ جامعة الدول العربية ـ الانتخابات الرئاسية ـ جلسات مجلس الشعب).

---

(١) Middle East media group owned by Prince Alwaleed Bin Talal by George Sazali! The Hollywood reporter magazine.

(٢) أحداث اقتصاديَّة زائفة (تحليل البورصة ـ زيادة دخل السياحة ـ رفع الحد الأدنى من الأجور ـ تخفيض الأسعار).

(٣) برامج ترفيهية (للإلهاء):

"Arab idol - x - factor - the voice - Arabs got talent".

(٤) صورة كاذبة للمجتمع.

(٥) تغطية مُضلِّلة للمعارضة.

(٦) أفلام ـ مسلسلات ـ أغاني.

فعلى أقل تقدير ٣١ ساعة أسبوعيَّة لمشاهدة التلفاز + ١٧ ساعة أسبوعيَّة سماع للموسيقى + ٣ ساعات مشاهدة أفلام أسبوعية + ٤ ساعات قراءة مجلات وصحف وأخبار + ١٠ ساعات على الإنترنت = ما يُعادل حوالي ١٠ ساعات للاستهلاك الإعلامي في اليوم الواحد، إن لم يكن طوال الفترة التي يبقى فيها الإنسان متيقظاً.

فكيف يستطيع الإنسان أن يقوم بالتفكير بوجود كلِّ هذه الرموز التي يتعرَّض لها عقله، وبالتالي: ما يحدث هو أن يتحوَّل عقل الإنسان إلى مُتلقٍّ فقط، بينما تقوم هذه الوسائل بتشكيل الأفكار والرأي العام عبر من يتحكَّم بهذه الآليات وبإداراتها؛ لتطبيق ما يُسمى: بوسائل العنف الناعمة، التي تتمثَّل بتلك الجرعات اليوميَّة واللَّحظيَّة، التي تبثُّها محطات تلفزيونيَّة بعينها من خلال الوسائط المتعددة والإنترنت وسواها.

وتكمن الخطورة في مثل هذا الطرح إلى الأعداد الغير قليلة

من أفراد المجتمع (الذين وهبوا أنفسهم جسداً ورُوحاً للتلفزيون ـ ووسائل الإعلام الأخرى ـ كمصدر وحيد للمعلومات)[١].

وبالتالي: فإنَّ «بورديو» يرى أنَّ ما يقوم به التلفاز هو أنَّه يقوم بتشكيل «جزءٍ من العمل الرمزي على مستوى المعلومات يتمثَّل في جذب الانتباه نحو أحداث تتميَّز بأنَّها تهمُّ كلَّ الناس، ولا تُسبب الانقسام، وتُؤدِّي إلى التراضي والتفاهم، وتهمُّ كلَّ الناس، لكن بشرط أن تأخذ شكلاً لا يمسُّ أيَّ شيءٍ ذا أهميَّة... وهي تستهلك وقتاً يُمكن استخدامه؛ لقول شيء آخر إذا ما تمَّ استخدام الزمن حتى الدقائق الثمينة جدّاً لكي تُقال أشياء تافهة فارغة جدّاً، فإنَّ ذلك يعود إلى أنَّ هذه الأشياء التافهة جدّاً هي في الواقع مهمة جدّاً بالقدر الذي تخفي فيه أشياء ثمينة بالفعل»[٢].

---

(١) «التلفزيون وآليات التلاعب بالعقول»، بيير بورديو، ص(٤٤، ٤٥).

(٢) المصدر السابق، ص(٦٥).

الخاتمة

قد يقوم البعض ـ أو أعتقد الكثير ـ بانتقادي؛ لأنِّي لم أقم ببناء نظم الكتاب بصورة علميَّة، فأين تعريف المصطلحات؟ أين المعاجم اللغوية لأغلب الكلمات؟ أين تعريف الأعلام والإعلان والصحافة؟

لا أكون كاذباً إن قُلت: إنَّ هذا ليس في وُسعي، وإنَّني كذلك أردت أن أعرض هذه الكلمات كما هي في ذهن القارئ من غير تعريف علمي لها، ليرى أنَّ الفرق بين ما يُوجد في ذهنه بعيدٌ كُلَّ البعد عن الواقع، هذا إن كان هناك واقعٌ، أقصد بالواقع: ما تحويه ثنايا الكُتب من حقائق، فعندي يقينٌ أنَّ لا شيء ممَّا يحدث حولنا من الممكن أن يُعَدَّ واقعاً، فأنا أميل ميلاً شديداً إلى أنَّ كُلَّ ما حولَنا هو مصطنع وغير حقيقي، فالدولة نفسها ـ التي نعيش فيها، ولا نرى لها بديلاً مُمكناً ـ هي عبارة عن سجن كبير جدّاً تُسجن فيه أجسادُنا معذبةً بداخل أسوار المدينة الإسمنتية، بعيداً عن موطنها الأصلي، أقصد بهذا

الموطن: المَناظِر الخلَّابة التي خلقها الله لنا: من الأنهار، والأشجار، والبحار العريضة، وتلك السماء الواسعة الصافية أوقاتاً والمُلبَّدة بالغيوم المبهرة أوقاتاً أخرى، تسجن فيه أفكارنا ومشاعرنا، فالدولة سجن، وهذا ليس مجازاً؛ فإنَّ الدولة الحديثة كما ناقشها ورآها «ميشيل فوكو» ليست من المُسلَّمات:

الدولة قد تمَّ إنشاؤها حتى يتمَّ القضاءُ على كُلِّ نوعٍ من أنواع المعارضة، الدولة بالفعل كانت من أجل فرض الانضباط والمراقبة على كُلِّ أفراد المجتمع، في ما يُشبه الثكنات العسكريَّة العملاقة.

أمَّا النموذج الذي ناقشه فوكو لشكل المجتمع هذا، هو (البانوبتيكون):



سجن البانوبتيكون:

يتكوَّن سجن البانوبتيكون هذا من زنازين ذات شبابيك واسعة على شكل حلقة دائريَّة، يتوسَّطُها بُرج مراقبة، تكون هذه الزنازين متاحة لمراقبة الحارس القابع في البرج، ولكن لا يُمكن للسجين معرفة فيما إذا كان الحارس يراقبهم في ذات اللحظة، سجن البانوبتيكون (من الداخل) إنَّ هذه النظرة المحدقة الخارجيَّة (من البرج) للسجين الغارق في الضوء تجعله يبدو كموضوع خاضع للرقابة، أي: إنَّه يتمُّ تَشيِئة (جعله شيئاً) الإنسان واختزاله إلى غرض مراقب يقوم السجناء باستدماج هذه النظرة المحدقة الخارجيَّة (من طرف الحارس في البرج) إلى نظرة محدقة داخليَّة، ويتحوَّلون من مجرد مُراقَبين إلى مراقِبين لأنفسهم.

وهكذا حتى لو نزل الحارس عن البرج، وزالت العين المحدقة الخارجيَّة؛ فإنَّ هذه العين المحدقة الداخلية ستظلُّ تُراقبهم، كونهم لا يرون الحارس ولا يعلمون بالتالي متى يراقبهم، ومتى يُعرِض عنهم، وسترافقهم العين المحدقة الداخليَّة حتى لو خرجوا من سجن البانوبتيكون.

وهذا الشكل من المراقبة فيما يتعلَّق بالدولة والمجتمع لا يقتصر على القُوَّات البوليسيَّة فقط، بل يشمل (المدارس ـ المصانع ـ المستشفيات) تلك المُؤسَّسات التي تمَّ ضبطها لتُشبه السجون بشكل كبير (زى موحد ـ مواعيد محددة ـ أوامر/ طاعة ـ نظام يمنع خرقه)، ولا وجود هنا للابتكار، أو التجديد، أو

الإنتاج الإبداعي غير المُقيَّد بالزمان أو المكان، لا، ولكن الأهم الانضباط وفرض المراقبة.

بل وصل الأمر ليشمل المباني السكنيَّة التي تُمكِّن الدولة من مراقبة ساكنيها والوصول إليهم، مثال ذلك: تلك المباني التي يتمُّ بناؤها على أطراف المدن بشققها الضيقة التي لا تسمح أن يعيش بها عائلة، مجرد أسرة صغيرة يسهل على الدولة القبض على مَن فيها من غير مقاومة تُذكر من أب أو أولاد عمومة!

هكذا تمَّ بناء دولتنا الحديثة، فمصر على سبيل المثال قد قام «محمد علي باشا»باستشارة «بنتام» لإدخال المبدأ البانوبتي إلى مصر ـ وبالطبع غيرها من الدول ـ، بل إن «جورج بورنج» مساعد بنتام قد عمل مستشاراً للباشا!! نحن نعيش في سجن كبير تُديره أقوى مُؤسَّسة في الدولة يبدأ من تحيَّتِك للعَلَم إجباريّاً في مدرستك، حتى يتمَّ إطلاق سراحك من هذا السجن، فتتحوَّل إلى رقم في الدولة في صحيفة الوفيات[١]!

رُبَّما أكون قد وُفِّقت في رؤيتي ورُبَّما لا، ولكن على كلِّ الأحوال: إنَّها محاولة مني لقول ما عندي لغيري رُبَّما يستفد، وربما العكس: وأستفد أنا من نقده لِما أحمله بداخلي.

«لا تُوجد حروب في العالـم تُهدِّد حياتَنا اليوم غير تلك التي تدور بداخلنا! ولا تُوجد مأساة عظيمة في العالـم سوى حياتنا اليوميَّة، نحن الجيل الذي تربَّى على التلفاز معتقدين أنَّنا

(١) المصدر السابق، ص(٤٧).

في يوم من الأيام سنكون أثرياء، أو نجوم أفلام، أو من مشاهير العالــم، ولكن يبدو أنَّنا لن نكون، نحن نتعلم هذه الحقيقة ببطء، ونحن بالفعل في حالة غضبٍ شديد».

[تشاك بولانيك كاتب رواية: (نادى القتال Fight Club)].

«.. إن لــم تـكـن حـذراً؛ فـإنَّ الـصُّـحـف ستـجـعـلـك تـكـره المقهورين، وتحب أولئك الذين يمارسون القهر..». [الحاج مالك الشباز].

لماذا هذا الكتاب ؟

لأن الزمن الذي يعيشنا ونعيشه صار بامتياز زمن الجماهير، حتى توارت سلطة النخب المثقفة تحت وطأة الواقع إلى الدرجة التي تنبأ بها البعض بانتهاء النخبة، فليس ثمة مفر للباحثين في حركة التغيير من أن يتعرفوا على حركة الجماهير وقوانينها وسيكولوجيتها والأدوات التي تؤثر على تفكيرها وتعيد صياغته أو حتى تصنعه من جديد بين حين وآخر.

ولأن الإعلام لم يعد أداة لنقل صورة المجتمع وأحداثه -وحسب- بل أصبح أداة لصناعته وتوجيهه ومحاولة التحكم والسيطرة على تفكيره من خلال ثقافة الصورة، والمشهد، وصناعة الخبر.

يأتي هذا الكتاب من مركز نماء، والذي يُقدم فيه مؤلفه عرضاً لعدة مقاربات تحليلية ممثلة في عدد من النظريات والرؤى حول الجماهير وطبيعة تفكيرهم وكيفية التأثير فيهم وصناعة وعيهم، حيث يستقرئ نظرية لوبون في إطارها النظري وعن وجوهها التطبيقية عند النازية والفرويدية (هتلر/فرويد)، ويشرح من خلال الواقع التطبيقي نظرية مدرسة فرانكفورت النقدية ونقدها للواقع والانتقال من الجمهور للفرد، ويعرض لفكرة المجتمع المشهدي عند ديبور وعلاقتها بالواقع ليصل بنا إلى المجتمع المعاصر وثورة الاتصال والشبكات الاجتماعية وأدوات التحكم والسيطرة.

كل هذه الأفكار هي مساهمة من مركز نماء- ومن المؤلف قبل ذلك- في تسليط الضوء على واحد من أدوات صناعة الوعي والتفكير؛ لعلنا أن نفيد منها في تطوير رؤانا حول أدوات تطوير وتنمية التفكير في حقول المجتمع المتباينة.

مدير المركز
ياسر المطرفي



دراسات فكرية (٣)

مركز نماء للبحوث والدراسات
Namaa for Research and Studies Center

info@nama-center.com